

国税庁 御中

日本産酒類の新規事業者開拓支援事業
(輸出マッチング)に係る調査委託

事業完了報告書

株式会社JTB 新宿第三事業部
2021年3月31日

■目次

はじめに・・ 3

1. 実施概要

1 実施概要・・ 5

2. 調査結果(海外販路開拓等に効果的な手法等)

2 調査結果(海外販路開拓等に効果的な手法等)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

2-1 効果的な輸出セミナーの開催について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

2-2 効果的なマッチング(商談会)について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17

2-3 専門家の活用・・ 20

2-4 情報発信・・ 21

3. 事業の実施内容について

3 実施した各事業について・・ 24

3-1(i) 輸出セミナーの実施内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24

3-1(ii) 輸出セミナー事業の課題と改善策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25

3-2(i) マッチング(商談会)に関する業務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28

3-2(ii) マッチング(商談会)事業の課題と改善策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

3-3(i) 専門家相談に関する業務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31

3-3(ii) 専門家相談の課題と改善策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32

3-4(i) 情報発信(メールマガジン)に関する業務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33

3-4(ii) 情報発信事業の課題と改善策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34

■目次

4. 実施内容の報告（資料及び所見）

4-1	登録事業者からの相談内容と対応	36
4-2	輸出セミナー・説明会等の企画運営に関する業務	37
4-3	登録事業者間（酒類製造者、卸売事業者）のマッチングに関する業務	38
4-4	国税庁及び関係機関が実施する各種支援メニューの紹介等に関する業務	40
4-5	参考資料	41
4-5(i)	調査アンケート（酒類製造者）	41
4-5(ii)	調査アンケート（卸売事業者）	55
4-5(iii)	セミナーアンケート	69

はじめに

本事業では、輸出に意欲的に取り組もうとし、本事業に参加する酒類製造者・酒造組合等（以下「酒類製造者」という。）及び輸出商社・卸売事業者（以下「卸売事業者」という。）に対し、マッチング支援を始めとした様々な支援業務をするための枠組み（以下当該枠組みを「コンソーシアム」、コンソーシアムに登録した酒類事業者等を「登録事業者」という。）を構築するとともに、日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法等を調査するために必要な事業を行うものである。

本報告書は、調査結果報告と、今後に向けた各種提案を取りまとめたものである。

「2. 調査結果（海外販路開拓等に効果的な手法等）」では、本事業において実施された各種事業について、調査の概要と分析結果を記述するとともに、調査結果を踏まえ、今後に向けた提案を行っている。

「3. 事業の実施内容について」では、本事業の実施状況を事業報告として取りまとめているほか、実施した事業の評価（課題及びその解決策）をまとめている。「4. 実施内容の報告（資料及び所見）」では、調査・分析のため収集したアンケートや各種資料を所見とともに掲載している。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、全国12エリアで実施予定だったセミナーや商談会はオンライン開催に変更となった。図らずも新しいセミナー・商談様式を取り入れることとなったが、不慣れな環境の中、登録事業者のご理解もあり、無事に予定した回数のセミナー等を実施することができた。

1. 実施概要

1. 実施概要

本事業では、輸出に意欲的に取り組もうとし、本事業に参加する酒類製造者及び卸売事業者に対し、マッチング支援を始めとした様々な支援業務をするための枠組みを構築するとともに、日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法等を調査するために必要な各種事業を実施した。

事業の主な内容として、「輸出セミナー」、「マッチング」、「専門家相談」、「情報発信」の4種の事業を通じて、登録事業者に対して輸出に必要な支援メニュー等を提供した上で、その結果等をもとに、海外販路開拓に有効な手法等を調査、分析した。

【以下、事業の概要】

	内容
事務局の設計	<p>常設事務局の開設を行った（株）JTBオフィス内）。</p> <p>各種の問い合わせに適宜対応できるよう、常駐スタッフを5名配備した。</p> <p>専用の電話を開設し、メールアドレスを設定した。</p> <p>自社システム（AMARYS）を活用し、事業者の情報発信・管理等を適切に行った。</p>
登録手順	<p>①事業者が紙の登録申込書を国税庁に提出</p> <p>②事務局がAMARYSにて登録、ID・PWを発行</p> <p>※一部事業者は直接AMARYSにて登録</p> <p>事務局より、電話・メールにて酒類事業者等へ登録の案内等のフォローアップを実施した。</p>
情報管理	<p>専用PCの設置、専任スタッフの配備など、情報管理を徹底した。</p>
登録事業者数	<p>酒類製造者 466社、卸売事業者 110社、その他（自治体等）41社</p> <p>合計：617社（2021年3月時点）</p>

※2020年度実施事業における事業設計

▼実施した各事業の概要

	輸出セミナー	マッチング	専門家相談	情報発信
開催日時	2020年7月～2021年2月 全13回実施	2020年7月～2021年2月 全13回実施 (セミナーとの併催と 個別マッチング)	セミナー開催日と 各月2日の設定日に開催	週1回のメールマガジンの 配信と、セミナー告知や 情報発信を実施
開催場所	リアル開催 (計2回) →仙台、新潟 オンライン (計11回) →都内スタジオ	リアル開催 (計2回) →仙台、新潟 オンライン (計11回) →都内スタジオ	リアル開催 →仙台、新潟 オンライン →都内スタジオ	
参加者	各回50名程度	各回50名程度	18社	メールマガジン配信希望者 537社(2021年3月時点)
会場手配	(リアル開催時) 交通の利便性が高く、 100名程度収容できる会 場を選定 映像投影、録画など必要 な設備を備えた	(リアル開催時) 交通の利便性が高く、 100名程度収容できる会 場を選定 映像投影、録画など必要 な設備を備えた	電話・オンライン・オ フラインにて開催した	
アンケート	専門家が分析の上で設計 し、事務局より実施前に 国税庁に共有した	専門家が分析の上で設計 し、事務局より実施前に 国税庁に共有した		

▼輸出セミナー・マッチング スケジュール

第一部を輸出セミナー、第二部を商談会とした2部構成で実施した。

輸出セミナー	マッチング<商談会> 1枠30分
12:30~13:00 受付	15:20~15:50 商談枠(1)
13:00~13:05 事務局より案内	15:50~16:20 商談枠(2)
13:00~13:55 輸出セミナー①	16:20~16:15 商談枠(3)
13:55~14:05 質疑応答	16:50~17:20 商談枠(4)
14:05~14:55 輸出セミナー②	17:20~17:50 商談枠(5)
14:55~15:05 質疑応答	(1回あたり最大5枠の商談を実施)
15:05~15:20 休憩	

(2020年度実施事業における一般的な事業設計)

▼専門家相談 スケジュール

開催日	セミナー開催日(全13回)	各月2回の設定日(全19回) ※
相談時間	15時20分~18時10分 (セミナー第二部の商談会開催時間に準ずる) 1相談につき30分間	10時、11時、13時、14時、15時~ 1相談につき30分間
受付方法	自社システムにより受付	自社システムにより受付
開催方法	対面(仙台・新潟)、オンライン、 電話の3パターン	オンライン、電話の2パターン

※

各月2回の相談日は、7月15日(水)、7月31日(金)、8月6日(木)、8月31日(月)、9月7日(月)、9月14日(月)、10月6日(火)、10月22日(木)、11月4日(水)、11月17日(火)、12月1日(火)、12月22日(火)、1月8日(金)、1月22日(金)、2月5日(金)、2月16日(火)、3月3日(水)、3月19日(金)、3月29日(月)に設定。
(全19回。3月のみ3日間に分けて開催)

▼商談会実績

	商談会 (輸出セミナーと併催)	個別商談会 (月2回の設定日に開催)
開催日時	2020年7月～2021年2月 全13回実施	2020年7月～2021年2月 全18回実施
開催場所	リアル開催(仙台、新潟)、 オンライン開催(都内スタジオ)	オンライン開催(事務局)
参加者	126社(卸売事業者40社、酒類製造者86社)	36社(卸売事業者18社、酒類製造者18社)
マッチング成立件数	26件	
上記のうち、 輸出に至った件数	5件	

(注) 「マッチング成立件数」は、酒類製造者－卸売事業者間で輸出に向けた商談が成立したものの。
 「輸出に至った件数」は、実際に輸出が行われたもの(実績)【聞き取りによる】。

▼輸出に至った事例(実績)

酒類(所在地)	卸・輸出商社(所在地)	輸出先
日本酒(新潟県)	輸出商社(東京都)	オーストラリア
果実酒(栃木県)	輸出商社(東京都)	オーストラリア
日本酒(新潟県)	輸出商社(東京都)	香港
単式蒸留焼酎(岐阜県)	輸出商社(愛知県)	中国
日本酒(鳥取県)	輸出商社(愛知県)	中国

2. 調査結果（海外販路開拓等に効果的な手法等）

2. 調査結果(海外販路開拓等に効果的な手法等)

本項目では、事業の実施を通じて得た調査結果等を基に、海外販路開拓等に効果的な手法等について提案する。

2-1 効果的な輸出セミナーの開催について

海外販路開拓等に効果的な手法等のうち、輸出セミナーについて提案する。

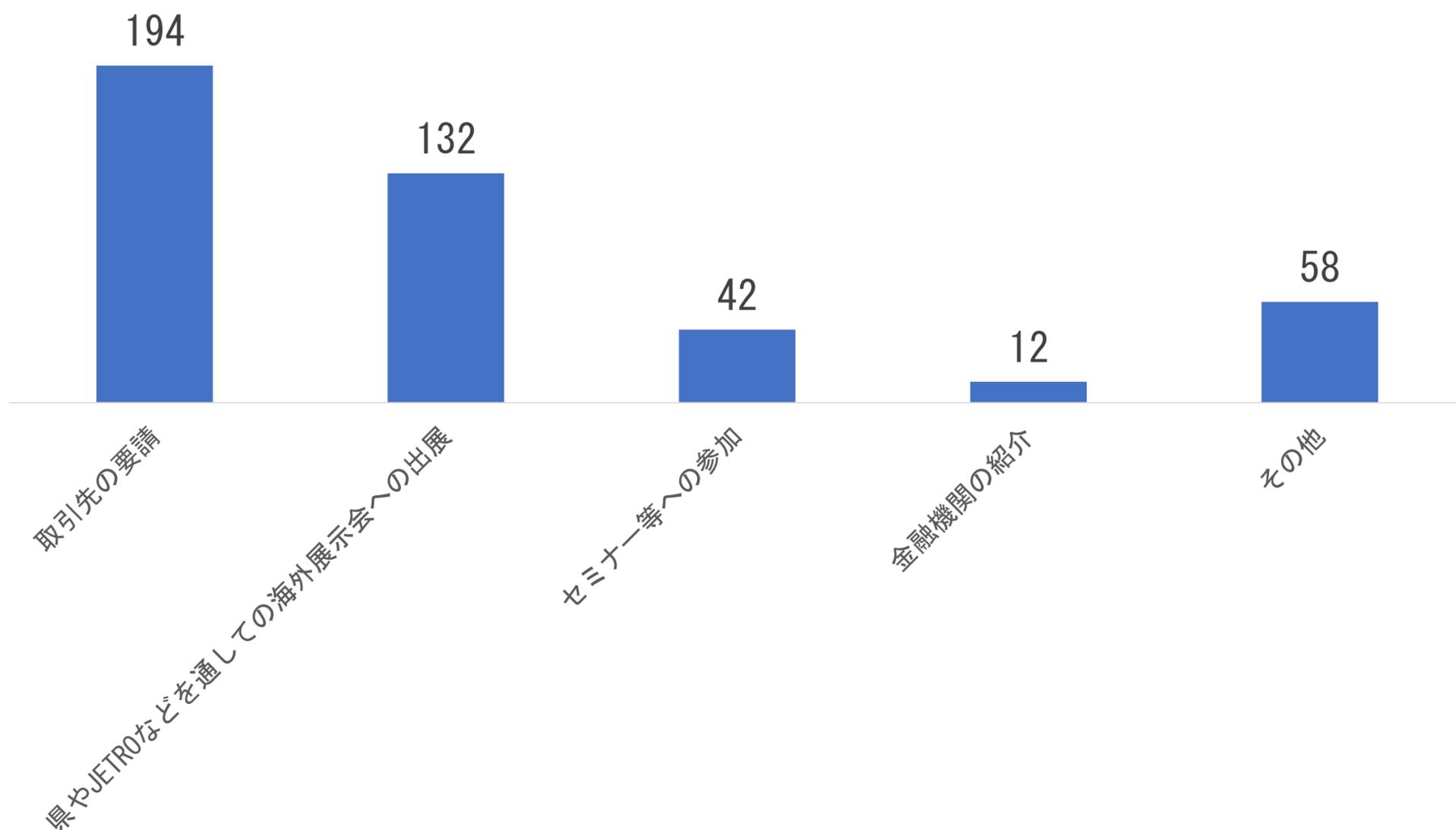
○ セミナー開催の有効性

輸出セミナーの開催は、登録事業者に対して、輸出に必要な知識を提供するだけでなく、情報、話題等を共有することにより、輸出に対するモチベーションを高める効果も期待できる。

また、輸出のきっかけは取引先からの要請等、登録事業者により様々ではあるが、セミナー等へ参加したことで、輸出への関心が高まり、マッチングが成立し、実際に輸出に至ったケースも存在する。

【参考】輸出経験のある登録事業者に対して、輸出のきっかけとなった理由を調査したもの

輸出実績のある方にお伺いします。
 輸出を実施または検討したきっかけは何ですか。
 (複数回答可)

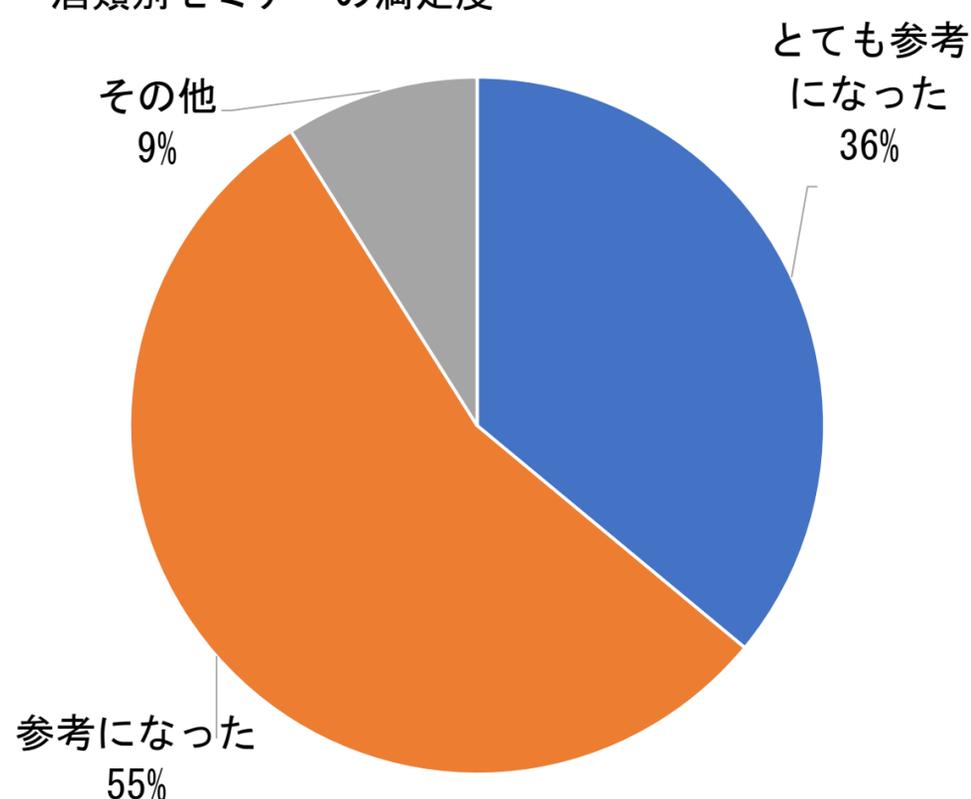


本事業では、1年間で計13回のセミナーを実施した。当初は各地域ごと（全国12エリアの国税局（所）所轄地）でセミナーを開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で現地でのリアル開催は2か所のみ（仙台、新潟）とし、残り11回をオンライン開催に変更して開催した。

セミナーは大きく分けて「酒類別」・「国別」のテーマの2部構成としたが、これは毎回、登録事業者からのアンケート結果を分析し、ニーズや関心が高い酒類別・国別にそれぞれテーマ設定した。参加者の反応は概ね好評であり、また、今後もセミナーに積極的に参加したいという意見が多く寄せられたことから、セミナーについては、必要なテーマを見極めつつ、積極的に実施していく必要があると考える。

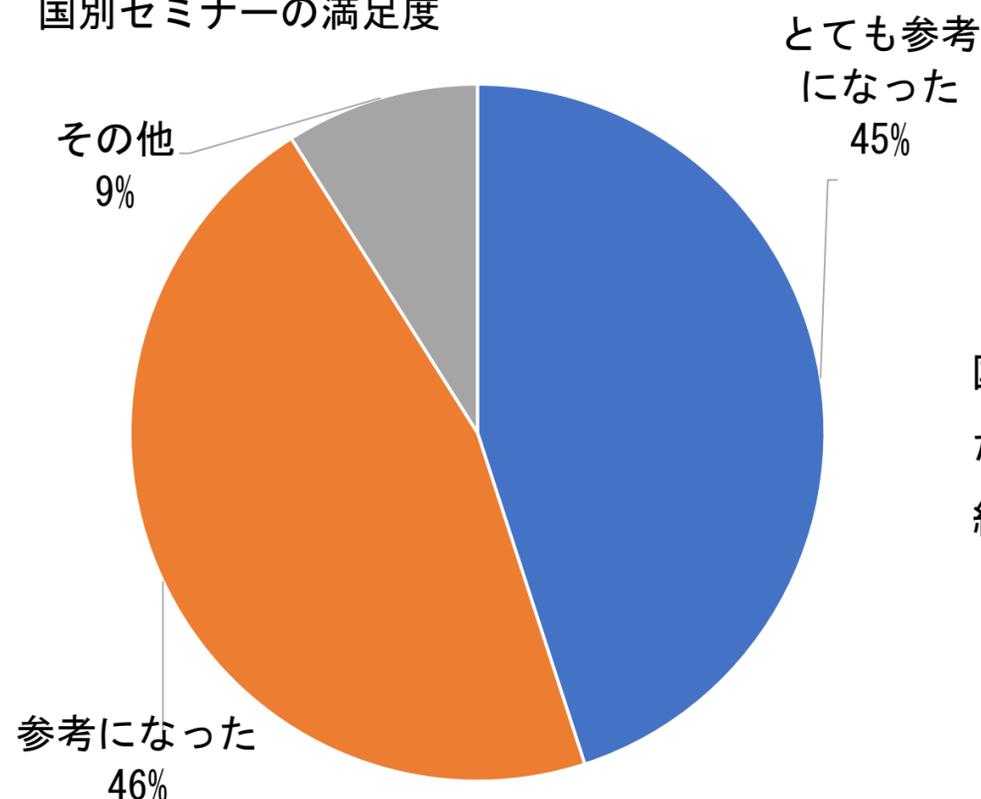
【参考】セミナー参加者に対して、満足度を調査、集計したもの

酒類別セミナーの満足度



酒類別のセミナーについては、約36%がとても参考になった、約55%が参考になったという回答であり、総じて約91%が内容について満足を得られた結果となった。

国別セミナーの満足度



国別のセミナーについては、約45%がとても参考になった、約46%が参考になったという回答であり、こちらも約91%が内容について満足している。

○ 効果的な開催形態

本事業では、登録事業者からのニーズを調査、分析した結果、セミナーの輸出意欲向上効果に注目し、セミナーと商談会を同一日に共催することとした。

セミナーのテーマを酒類別、国別ごとに明確に定め、セミナーの内容に興味を持った登録事業者が、そのままセミナー後の商談会に参加することで、第1部のセミナーでインプットした情報等を、第2部の商談会でそのまま実践できるようなスキームとした。

商談会では、直前のセミナーの話題を例にするなど、セミナーで得た知識等が商談を円滑に進めるためのツールとして活用されるケースも見受けられた。開催形態として、セミナーと商談会を共催することは、一定の相乗効果をもたらすものとする。

その一方で、セミナーと商談会を同一日に開催する事で、商談会の開始時間が遅くなることが課題となった。開始時間が遅いことで商談会に参加が出来ない登録事業者には、個別商談会をセッティングをする等、適宜対応を行った。

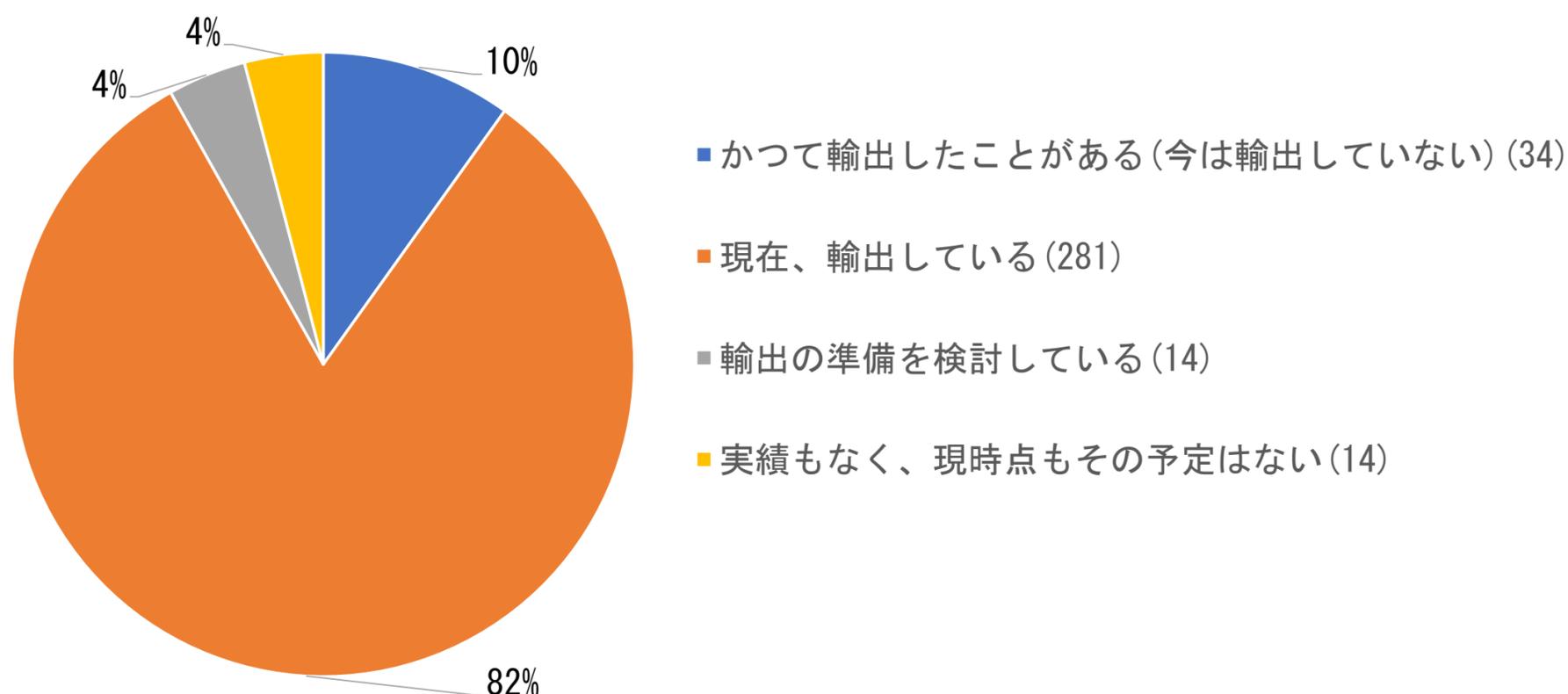
以上のことから、輸出に積極的な登録事業者の商談会への参加を増やすためには、セミナーと商談会の共催は一定の効果は期待できるものの、必ずしも共催だけに拘らず、登録事業者同士の都合の良い日程で自由に商談会が開催出来る設定にする等、柔軟な対応をしていく必要がある。

○ 輸出に関する知識を提供するためのセミナー

セミナーの輸出意欲向上効果に注視する一方で、輸出に関する課題の1つとして、継続した輸出が出来ず、結果としてビジネスにつながっていないという課題が存在している。

【参考】登録事業者に対して、現在の輸出状況を調査したもの

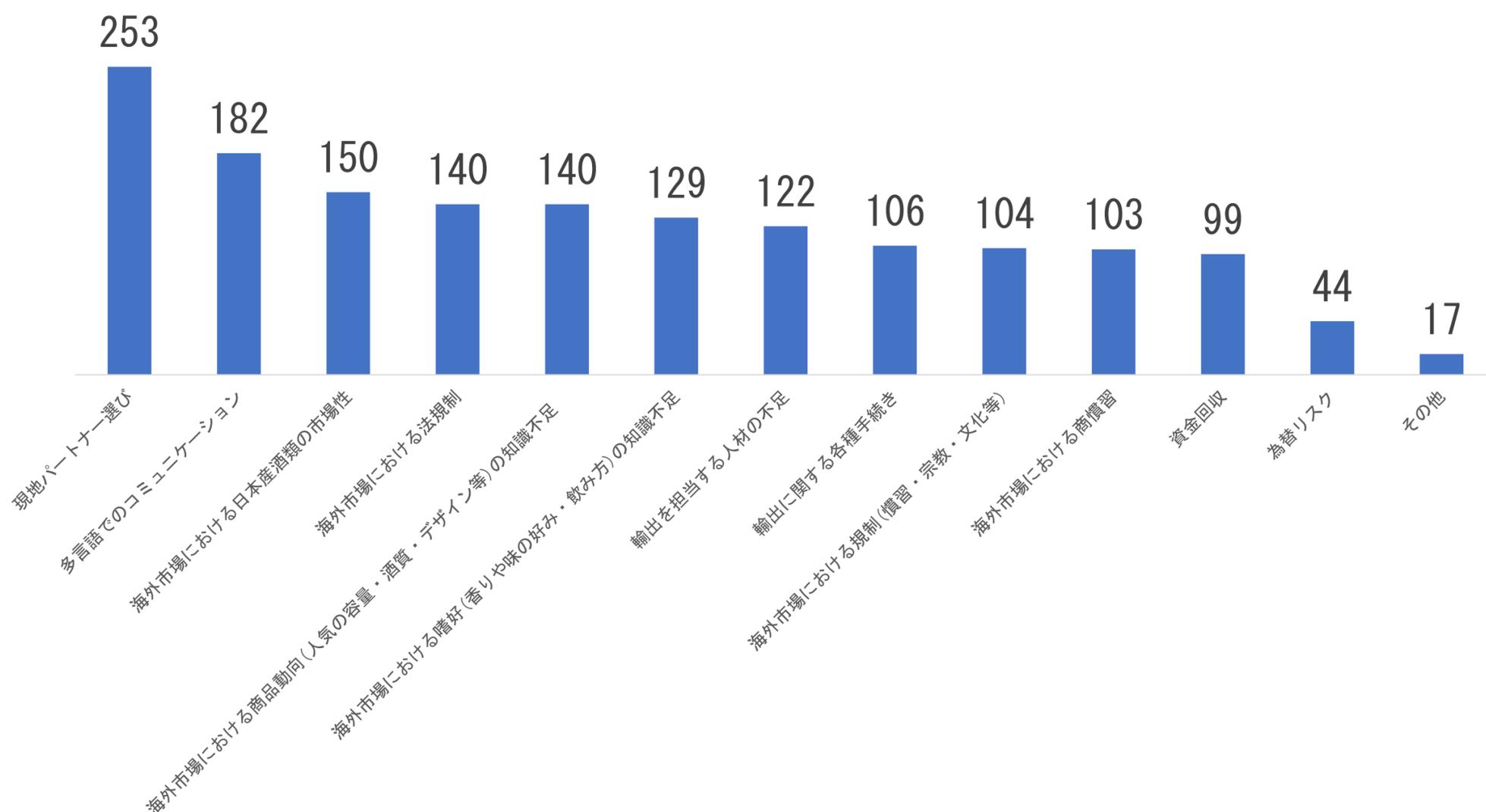
輸出に対する実績を教えてください。(単一回答)



調査の結果、大きな理由の一つは「海外市場への知識不足」であることを把握した。登録事業者が不足と感じている知識は、市場性、商品動向、嗜好などの海外の市場情報のほか、海外における法規制など、輸出手続に関する情報も含まれる。

【参考】登録事業者（酒類製造者）に対して、輸出における課題を調査したもの

輸出に関して課題と感じていることは何ですか。（複数回答）



本事業で実施したセミナーについて、参加者の反応等を基に分析したところ、「各国の市場動向」や「現地での効果的なプロモーション」を取り扱った内容については、輸出に必要な知識の取得に繋がったとして、特に参加者の評価が高く、前向きな意見が多く寄せられた。

また、本コンソーシアムでは、セミナー開催ごとに参加者の意見等を集約、分析した上で、海外の市場情報だけでなく、コールドチェーン（低温輸送）に焦点をあてた輸送手続や、JETRO、クールジャパン機構、JBIC（国際協力銀行）等の関係機関が提供する支援メニュー等、輸出に資する様々な内容のセミナーを実施した。

効果的なセミナーを実施するにあたっては、参加者のニーズを的確に把握・分析した上で、「輸出意欲の向上」、「知識の提供」の2つの視点から内容を策定していくことが重要である。

▼参加者の評価が高かったセミナーの一例

現地の状況や今後のプロモーションに対する講演が特に評価が高い傾向であった。

2020年 8月26日	タイトル	同業者の取り組み事例
	概要	20年以上にわたって行ってきた輸出についての成功例、失敗例をその理由を挙げながら講演いただいた。 現在のコロナの状況を踏まえ、過去のリーマンショックの後に起きたことを挙げて、苦境を乗り越えるためのヒントを解説される。将来を見通すのが難しい中で、自分が体験してきたことに沿って予測や対応策を話したのは、日本酒というカテゴリー以外にもあてはまる内容で、かつ説得力があり反響も大きかった。
	参加者の声	酒類製造者としての成功例と失敗例を実際に具体例を多く交えて解説いただき、わかりやすかったという意見が多かった。また、同業他社の取り組みや具体例を聞く機会がないため、とてもリアルな意見であり、今後の方向性を考えるきっかけになったという意見もあった。
2020年 12月9日	タイトル	中国・香港・台湾におけるリキュール・スピリッツの市場動向について
	概要	最近の中国市場の動向について講演いただいた。 現在中国では、和食レストランが急速に増えており、若い世代で美味しい和食と日本の酒を楽しむという習慣が定着している。 現在の日本産酒類のターゲットや、リキュールの売れ筋、しっかりとしたストーリー作りが必要不可欠である商品PRの仕方について、ご自身の体験をもとにお話しいただいた。
	参加者の声	実務者の方の意見のため、最新の中国の状況や、ターゲットの見つけ方も具体的で大変有意義なセミナーであったという意見が寄せられた。
2021年 2月24日	タイトル	アメリカ国内における日本産酒類のプロモーションについて
	概要	サンフランシスコ在住時の日本酒専門小売店の勤務経験をもとに、米国における顧客動向や最近の市場情報について講演いただいた。 アメリカは州によってアルコールに関する法律や免許制度も異なるので、どの州、どの都市にターゲットを置くかが戦略上重要であるといった内容であった。 現場経験を通して学んだこととして、「相手の習慣や文化を理解し、先入観で物事を捉えず、飲み手や市場を育てていくという考え方を持つべきである」というお話や、「コロナ禍の飲食店の状況」等、現地で実際に販売に携わっていたからこそのご自身の見解をお話しいただいた。
	参加者の声	「現地状況を店頭での体験・経験を踏まえての講演であり、なかなか聞けない貴重なお話を伺えた」といった回答を多くいただいた。 顧客の心理や嗜好など、販売現場の経験からくる具体的な事例にのっとなったわかりやすい内容が参加者からの評価に繋がったと考えられる。特に現地の人たちの感覚から日本産酒類がどのように捉えられているか、また香りや味わいの表現の仕方についての関心は高く、質問も多く寄せられた。

○ 輸出国を絞ったセミナーの開催

セミナー参加への関心を高めるためには、開催テーマの明確化が必要である。

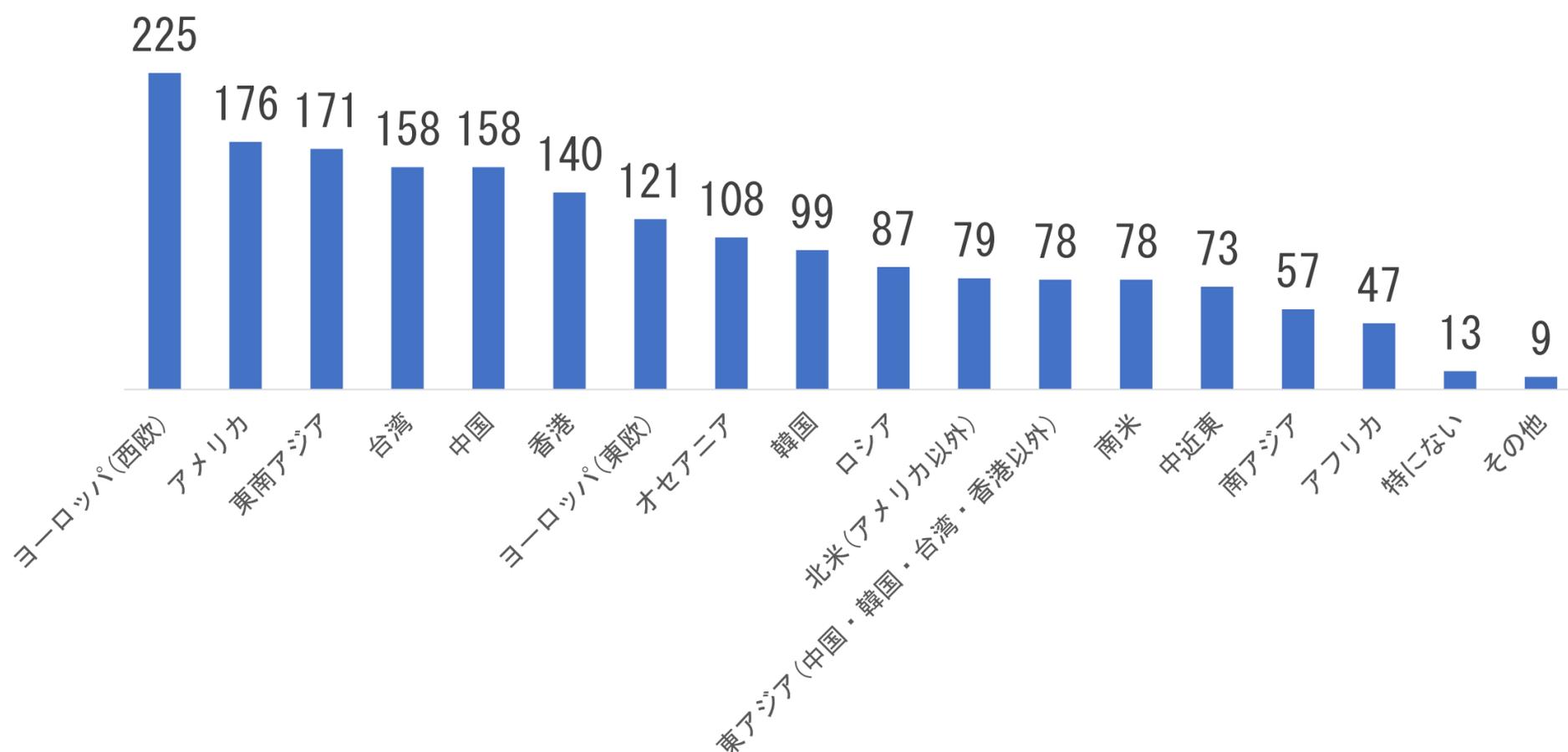
世界情勢が目まぐるしく変動する中で、的確な輸出戦略を策定していくためには、セミナー参加者のニーズのほか、ターゲットとして、どこの国に焦点をあてたセミナーを実施するかが重要となる。

セミナーの対象とすべき国は、需要拡大が期待されるヨーロッパ（特にイギリス、ドイツ、フランス、オランダなどは、近年日本産酒類の需要が高く、今後の輸出先として特に狙い目であると考えられる）、輸出が好調であり実績もある香港・中国、輸出量の多いアメリカが中心となるが、その他、拡大の可能性のある市場の例として、オーストラリア、ブラジル等の潜在的な市場にも注目し、テーマを定めていく必要がある。

また、新規市場として参加者に関心をもってもらうため、セミナーの講師には現地の酒類事業者だけでなく、レストランやバーの経営者、ジャーナリスト等、現地の生の声を直接伝達できる講師を選定するなど、セミナー参加者に対して、市場としての魅力を伝えるための工夫が必要となる。

【参考】登録事業者（酒類製造者）に対して、輸出に関心のある国（地域）を調査したもの

輸出したい、もしくは関心のある地域を教えてください。
 （複数回答可）



○ ワークショップ(座談会)形式のセミナー開催

セミナーの内容に係る参加事業者からのニーズの1つとして「実際に輸出を行っている同業他社の成功例、失敗例を聞きたい」というものが多く寄せられた。

知識としての市場動向だけでなく、実際に先駆者の体験談を聴くことで、自身が抱えている輸出への課題や苦手意識の克服、輸出意欲の向上等の効果があると考えます。

このため講義形式だけではなく、座談会形式で忌憚のない意見交換を実施し、情報共有を行うことで、課題解決や輸出の戦略を立てる際の大きなヒントになるだけでなく、登録事業者同士の関係性の構築も期待できる。

また、テーマを絞った座談会、セミナーを1セットで実施し、共通のテーマに関心の高い登録事業者が一同に会することで、効果的なセミナー実施の観点からも有効であると考えます。

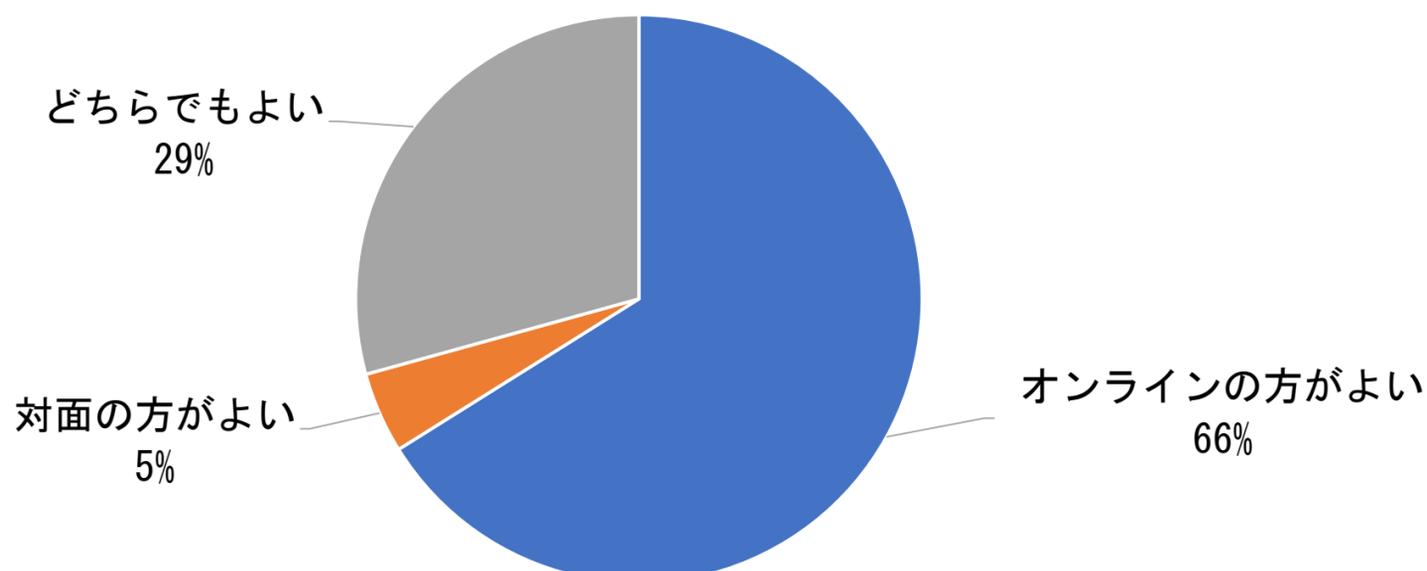
○ その他関係機関との連携

輸出に必要な事務手続をはじめとした実務知識を必要とする登録事業者に対しては、JETROが提供する既存の通信教育等、必要な情報の入手先を紹介するほか、関係機関の各取組のうち、酒類の輸出に資する内容の取組については、セミナーで紹介する等、関係機関の取組についても随時把握し、的確な情報発信を行っていく必要がある。

○ オンラインによる開催

本事業開始当初は、現地会場を手配した上でリアル開催（セミナー、商談会、専門家相談）していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を考慮し、第3回～第13回開催の計10開催分をオンライン開催に切り替えた。急な開催方式の変更となったが、移動コスト等の観点から参加しやすくなったことで、リアル開催と比して多くの参加者が集まる結果となった。また、参加者の意見を集約したところ、今後もオンラインでの開催を望む声が圧倒的に多く、現状に合致した開催様式として、セミナー等は原則オンラインで実施することが望ましいと考える。

【参考】セミナー参加者に対して、希望するセミナー形式を調査したもの



2-2 効果的なマッチング（商談会）について

海外販路開拓等に効果的な手法等のうち、マッチングについて提案する。

○ 酒類製造者と卸売事業者による協業体制の構築

輸出経験の少ない（又は無い）酒類製造者は、単独での輸出が困難なため、間接輸出を選択するケースが多いが、その際のビジネスパートナー選びが大きな課題となっている。

この課題に対し、本事業では、輸出に意欲的に取り組もうとする酒類製造者と卸売事業者のマッチングを支援するため、コンソーシアムを構築し、輸出セミナーや商談会を通じて、酒類製造者と卸売事業者が協力して輸出に取り組む環境作りを行ったところ、1年間で26組のビジネスパートナーを成立させることができた。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等もあり、その後直ちに輸出に至るケースは多くはないが、一定数のビジネスパートナーが成立し、実際に輸出に向けて前向きに動いていることから、輸出促進のための施策として、酒類製造者と卸売事業者の協業体制を構築すること自体が有効であるといえる。

また、コンソーシアムの取組を有効に活用できた例として、輸出経験の少ない酒類製造者が単独で参加することが困難な商談会（国税庁が主催した海外商談会）に、本コンソーシアムの登録事業者同士が協力のうえ商談会に参加したケースを以下に掲載する。

<p>事業概要</p>	<p>「台湾への日本産『本格梅酒』輸出促進事業」 国内の本格梅酒メーカーと台湾の大規模小売店のバイヤー（2社）とのウェブ商談会。</p>
<p>コンソーシアムの活用</p>	<p>輸出経験が少なく、単独での商談会参加が困難な酒類製造者（本格梅酒メーカー）に対して、協働参加が可能な卸売事業者を紹介。</p>
<p>結果</p>	<p>上記にてパートナーとなった酒類製造者と卸売業者が協働して、ウェブ商談会に参加。</p>

上記商談会では、本コンソーシアムの情報網、連絡網等を活用し、単独では参加し得なかった酒類製造者が、本コンソーシアムを利用してビジネスパートナーを見つけたことにより、海外商談会への参加が可能になったという一例である。輸出促進のためには、本件のように海外商談会等の参加を目標として、適切なパートナーを紹介していくことも重要である。

○ ビジネスパートナー成立に向けた取組支援

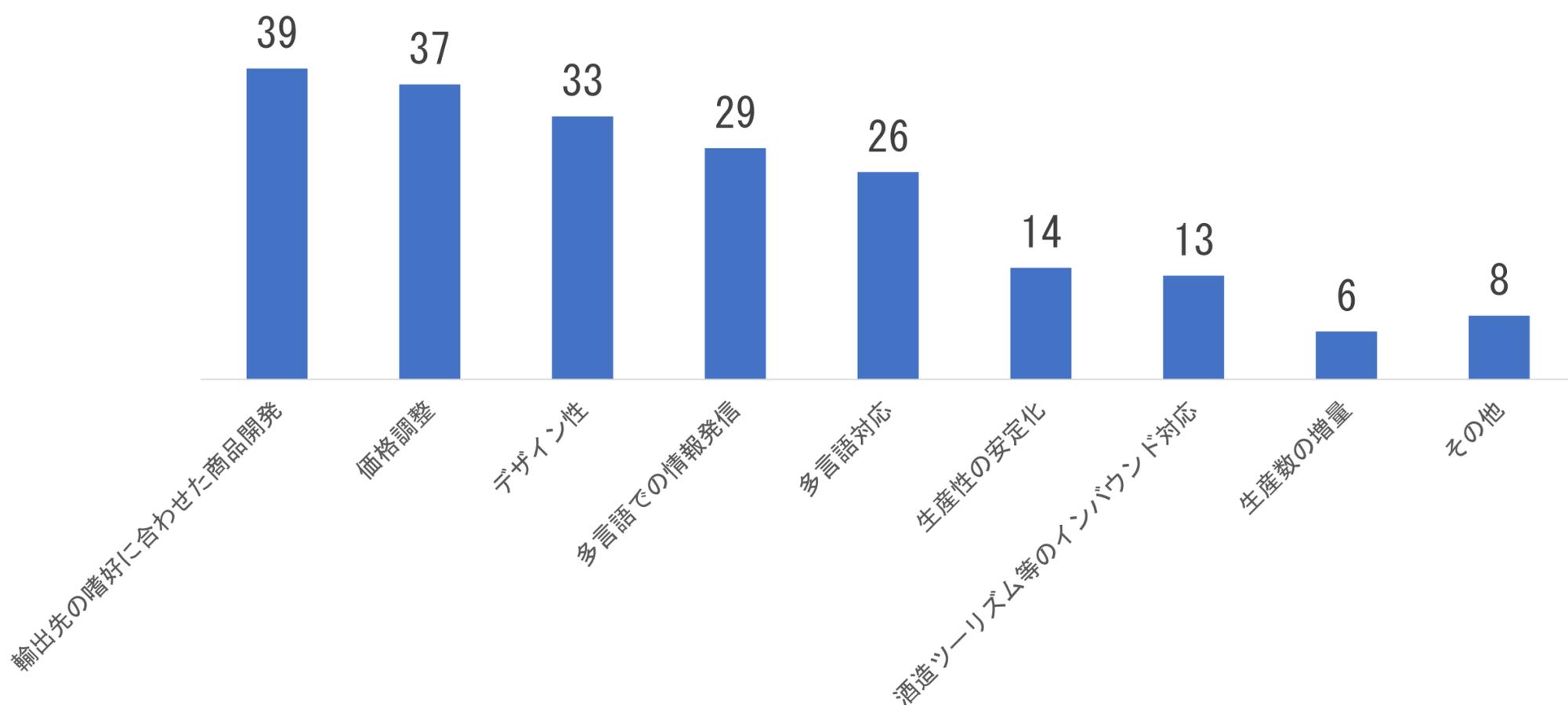
ビジネスパートナーとして関係を構築するためには、輸出実務を担当する卸売事業者に対して、酒類製造者が積極的に自社商品の強みを発信していく必要がある。

卸売事業者等の目線から、ビジネスパートナーを選択するにあたって、どのような点に留意しているのか調査、分析したところ、特に「商品の特色、強みが明確」であり、「輸出先の嗜好と合致するかどうか」が判断可能な商材を持っているか否か」に着目していることがわかった。

酒類製造者は先述の専門家委員会のコンサルティングを活用するなどして、自社製品の強みを理解したうえで流通策を検討した上で、ビジネスパートナーを模索していくことが重要であることから、本コンソーシアムでは、事業者が双方に望む条件などを十分理解し、その上で必要なマッチング支援を実施することが重要である。

【参考】登録事業者（卸売事業者）に対して、パートナーに希望する事項を調査したもの

事業者（蔵元・メーカー）との連携で、事業者が解決すべき課題はどのようなことと思いますか。（複数回答可）



○ 専門家委員会のコンサルティングに基づく商談会

効果的なマッチングを実施するにあたっては、登録事業者のニーズを的確に把握し、登録事業者の要望に沿った商談会を企画することはもとより、商談会を企画するにあたっては、知見に富んだ専門家によるコンサルティングを実施したうえで、個々の登録事業者の実情に応じたマッチングを提案することも必要であるとする。

また、的確なコンサルティングを実施するためには、知見に富んだ専門家の選抜だけでなく、その知見を十分に活用できる体制も重要となる。一例として、各分野から専門家を数名選定し「専門家委員会」の設置を提案する。専門家委員会は事業者に対して積極的にヒアリングを実施する等して、輸出の課題等を収集・調査・分析し、その結果を基に、個々の事業者の実状に応じたコンサルティングを実施して、より条件の合致した商談会をセッティングしていく。

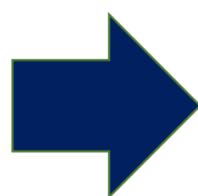
専門家委員会の設置

事業の可視化、知見の集約による支援の高度化のため、専門家委員会を設置。

専門家委員会の構成員は、酒類の輸出に関する様々な知見を有した者を各分野から複数名選定し、事業者の実情に応じたコンサルティングが可能な体制を構築する。

事業を牽引する知見に富んだ専門家の選定を行う

専門家委員会が、事業者支援と調査分析を担う



輸出に係るニーズ・課題を的確に把握し、分析結果をセミナー内容・マッチングに反映させる。同時に、業界全体の現状課題の把握ができる。

2-3 専門家の活用

海外販路開拓等に効果的な手法等のうち、専門家の活用方法について提案する。

○ 専門家によるコンサルティング業務

「2-2 効果的なマッチング（商談会）について」で提案したとおり、登録事業者の輸出を支援していくためには、専門家のコンサルティングが重要となってくる。

本コンソーシアムでは専門家を手配して、登録事業者からの各種相談に対応してきたが、一度の相談では根本的な課題解決には至らぬことが多く、単純な質疑応答として専門家の知見を活用するだけでは、専門家を十分に活用しているとは言い切れず、課題の残る結果となった。

輸出支援の取組として専門家を手配するからには、相談内容の対応だけで終わりとせず、登録事業者に対して状況に合った適切なサポートを実施していく必要がある。ヒアリング調査などをもとに、登録事業者ごとのカルテを作成する等情報の分析に努めるとともに、継続的なサポートが必要な登録事業者や、輸出に熱心な事業者に対しては、専門家が積極的に接触し、定期的に状況確認を行う。

上記の支援を滞りなく実施していくためには、複数名（4～5名程度）の専門家を配備する必要があると考えるほか、専門家は日本産酒類の輸出やマッチングに係る経験、知識を有することはもとより、登録事業者の輸出に係る課題解決に向けたコーチング・ファシリテーションといったリーダーシップの面でも優秀な実績をもつ者を配備し、経営面からも十分なサポートが可能な体制を構築する。

▼専門家の役割（コンサルティング実施例）

【STEP1】登録事業者の現状分析

- ①登録時の基礎情報（専用フォーム等を活用して、登録事業者の輸出の現状、今後の希望等を聴取）を元に登録事業者の現状分析を行う
- ②分析結果から課題を見出す

【STEP2】ヒアリング調査実施→課題抽出

分析結果(STEP1)を元に、選定した登録事業者に対してヒアリング調査を実施。課題を分析する。

【STEP3】コンサルティング→最適なマッチング機会の提供

分析結果(STEP2)を元に、継続的なコンサルティングを実施する。

対象の登録事業者の経営状況、今後の戦略等を考慮しつつ、最適なマッチングを提供する。

※ この他、登録事業者からの個別の質疑に対しては随時対応する。

2-4 情報発信

海外販路開拓等に効果的な手法等のうち、情報発信について提案する。

○ 情報発信の手段

輸出支援策の1つとして、事業者への的確な情報発信は必要不可欠である。セミナーは一度の開催で多くの情報発信が可能だが、テーマや開催日を定めて実施することから機動力に欠け、期日等のある情報や、軽微な情報等を逐一発信するには不向きである。

そこで、メールマガジン等の媒体を活用して、セミナーでは伝えきれない情報を補足する形で発信するなど、情報発信の手段を複数講じることが重要であると考える。

本コンソーシアムではメールマガジンを活用して、登録事業者に対して輸出に関する基本的な知識を発信したほか、関係機関主催の商談会の日程、参加要領、輸出に役立つ取組紹介等の総合的な情報発信を行った。発信頻度や内容など、課題は残るものの、読者からの反応は概ね良好であり、情報発信の手段として、メールマガジンの発行は有効であると考える。

○ メールマガジンの内容等

メールマガジンによる情報発信を十分に活用するためには、読者の興味を惹く内容であって、かつ適度な配信頻度を保つことが必要となる。市場情報、各種手続等の輸出に関する最新情報を迅速に提供することは当然として、海外在住のジャーナリスト等によるコラムを連載するなど、読者の目線に立った情報発信を続けていくことが重要であると考える。

また、本コンソーシアムでは週1回のペースで計35回のメールマガジンを発信したが、配信頻度が高すぎると感じる意見が一定数あった。メールマガジンは気軽に配信できる一方で、頻繁に配信することで逆に興味を失うリスクもあることから、内容と配信頻度のバランスに留意しつつ、計画的な配信体制を整えていくことで、継続的な施策として効果を発揮するものと考えている。

○ 専用ウェブサイトの活用

情報発信の手段の一例として、コンソーシアムに登録を希望する登録事業者の窓口としての機能のほか、輸出に係る情報を発信するためのウィジェットなど、登録事業者が活用可能な機能を搭載した専用ウェブサイトを開発することも効果的と考える。

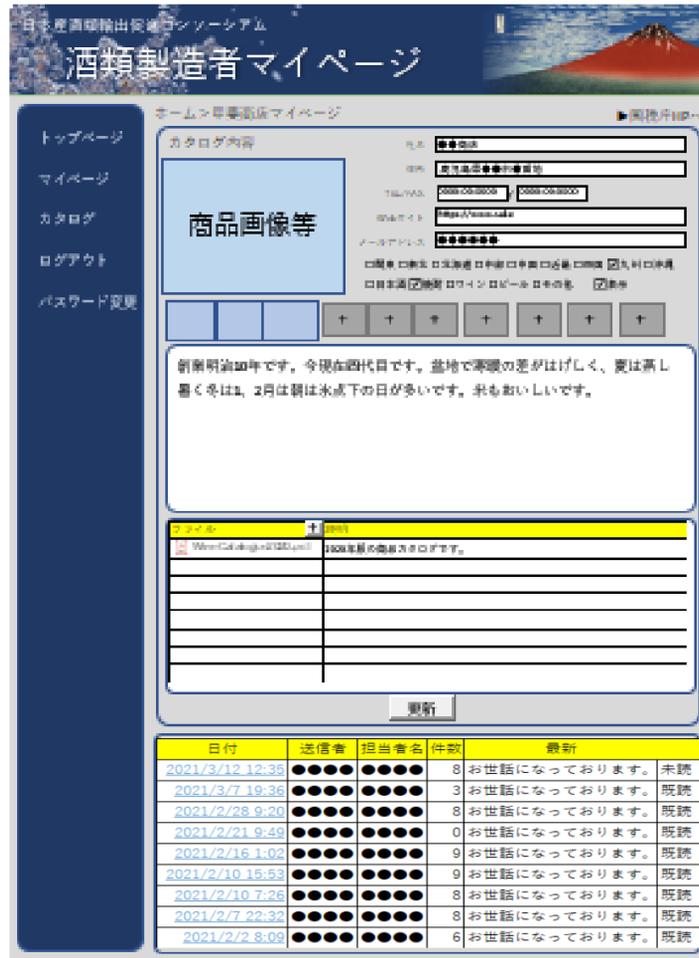
専用ウェブサイトには情報発信機能だけでなく、登録事業者間で交流が可能な掲示板機能等を設置し、登録事業者間で自由に自社商品のPRや交流が可能なツールを提供することで、マッチングの観点からも効果的な施策となり得る。

▼ウェブサイトのイメージ

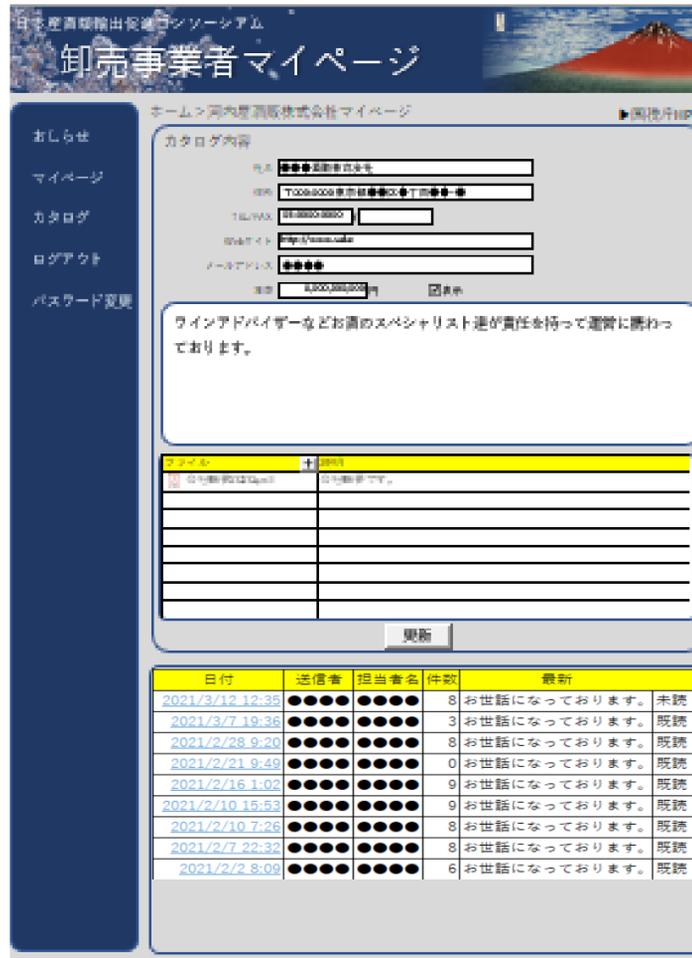
専用ウェブサイトにて、自社情報やアピールポイントを登録いただき、登録事業者間で交流が可能なツールを提供する。

酒類製造者マイページ

卸売事業者マイページ



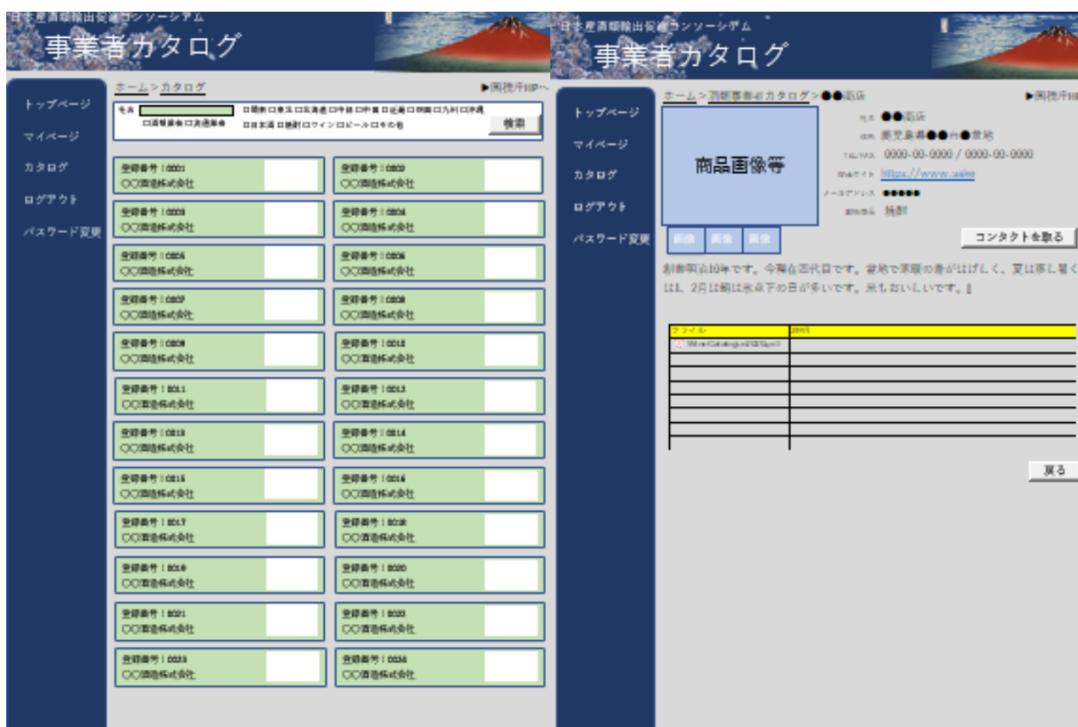
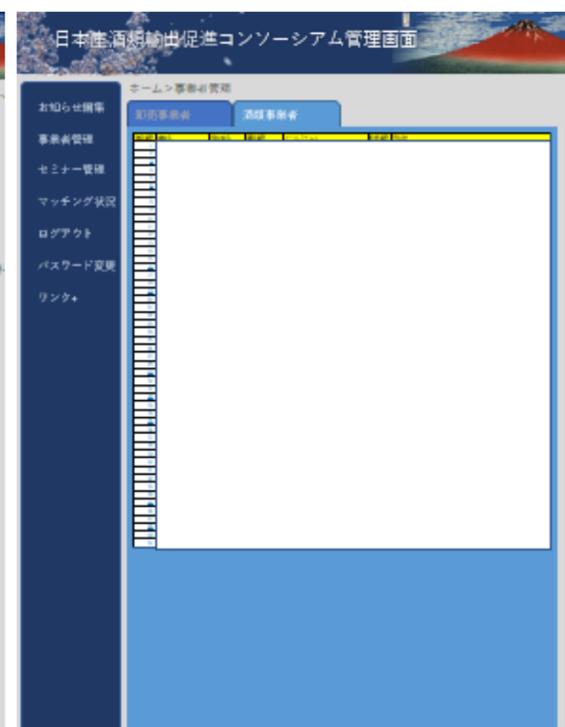
日付	送信者	担当者名	件数	最新	
2021/3/12 12:38	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	未読
2021/3/7 19:36	●●●●	●●●●	3	お世話になっております。	既読
2021/2/28 9:20	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/21 9:49	●●●●	●●●●	0	お世話になっております。	既読
2021/2/16 1:02	●●●●	●●●●	9	お世話になっております。	既読
2021/2/10 15:53	●●●●	●●●●	9	お世話になっております。	既読
2021/2/10 7:26	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/7 22:32	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/2 8:09	●●●●	●●●●	6	お世話になっております。	既読



日付	送信者	担当者名	件数	最新	
2021/3/12 14:35	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	未読
2021/3/7 19:36	●●●●	●●●●	3	お世話になっております。	既読
2021/2/28 9:20	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/21 9:49	●●●●	●●●●	0	お世話になっております。	既読
2021/2/16 1:02	●●●●	●●●●	9	お世話になっております。	既読
2021/2/10 15:53	●●●●	●●●●	9	お世話になっております。	既読
2021/2/10 7:26	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/7 22:32	●●●●	●●●●	8	お世話になっております。	既読
2021/2/2 8:09	●●●●	●●●●	6	お世話になっております。	既読

酒類製造者 商品紹介ページ(カタログ)

管理画面

3. 事業の実施内容について

3. 実施した各事業について

本項目では、各事業の実施内容を掲載したほか、次の実施を踏まえた課題と改善策を記載している。

3-1(i) 輸出セミナーの実施内容

セミナーに関する開催実績（講義内容・場所日時・参加者など）は下記の通りである。

	実施日時	実施会場	実施方式	参加数	講演内容
セミナー (計13回)	2020年7月29日	トークネットホール 仙台	リアル	23社	講演①有望な海外市場と輸出の進め方 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②輸出商社を通じた輸出への取り組み方 (日本酒類販売株式会社 国際事業本部 沼田広志)
	8月19日	新潟朱鷺メッセ	リアル	9社	講演①最近の海外市場とコロナ後の展望 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②同業者の取り組み事例 (福島人気酒造株式会社 代表取締役社長 遊佐勇人)
	8月26日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	26社	講演①海外市場における日本産酒類の動向、オンライン商談時代の対応方法 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②同業者の取り組み事例 (株式会社武蔵野酒造 取締役 小林尚)
	9月30日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	55社	講演①香港の酒類市場と日本産酒類の動向 (株式会社シティ・スーパー・ジャパン代表取締役 大桶貴之) 講演②GI(地理的表示)取得と、海外輸出戦略 (出羽桜酒造株式会社代表取締役 山形県酒造組合理事長 日本酒造組合中央会海外戦略委員会委員長 仲野益美)
	10月14日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	47社	講演①クラフトビールの海外展開について (株式会社協同商事コエドブルワリー 代表取締役兼CEO 朝霧重治) 講演②日本産酒類の台湾市場の動向について (酒藝商貿有限公司 執行長 ケニー・ヤン)
	10月28日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	42社	講演①日本の焼酎・泡盛を世界のSHOCHU・AWAMORIへ (独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 農林水産・食品部 次長 西本敬一) 講演②アメリカにおける日本産酒類の市場動向について (セナジャパン合同会社 代表取締役 小林中)
	11月11日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	51社	講演①国産ワインの欧州輸出事業について (中央葡萄酒株式会社 代表取締役社長 三澤茂計) 講演②中国における日本産酒類の市場動向について (COFCOジャパン株式会社 食品部部長 杜鵬)
	11月25日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	44社	講演①日本酒の輸出事業について (賀茂泉酒造株式会社 代表取締役社長 前垣壽宏) 講演②中国・台湾・東南アジアにおける日本酒・ワインの輸出事業について (株式会社高野総本店 代表取締役社長 高野豊)
	12月9日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	49社	講演①中国・香港・台湾におけるリキュール・スピリッツの市場動向について (株式会社海琳堂 代表取締役社長 楊嘯) 講演②ヨーロッパにおける日本産酒類市場の動向について (GALERIE K PARIS 代表取締役社長 宮川圭一郎)
	12月16日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	58社	講演①欧州における日本酒の市場動向と現状 (株式会社小林順蔵商店 代表取締役 小林佑太郎) 講演②日本産酒類を輸出する際の商流と物流について (海渡アトリエ 代表 関口幸代)
	2021年1月27日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	20社	講演①日本産本格焼酎の海外輸出事業について (南山物産株式会社 代表取締役 中山大希) 講演②新興国への輸出や課題について～ミャンマーの事例～ (日鉄興和レジデンス(ミャンマー)株式会社 代表取締役 富金原宏諭)
	2月10日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	40社	講演①焼酎やスピリッツの海外輸出事業について (小正醸造株式会社 代表取締役社長 小正芳嗣) 講演②カナダにおける日本産酒類の市場動向について (株式会社金谷酒造店 代表取締役社長 金谷芳久)
	2月24日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	49社	講演①アメリカ国内における日本産酒類のプロモーションについて (SAKEジャーナリスト 木村咲貴) 講演②デジタルファーストを進めるクールジャパン戦略について (クールジャパン機構「株式会社海外需要開拓支援機構」専務取締役COO兼CIO 加藤有治) (VponJAPAN株式会社 行政ソリューション室 シニアマネージャー 鮎澤貴) 講演③海外事業を展開されている中堅・中小企業への支援について (株式会社国際協力銀行(JBIC) 中堅・中小企業ファイナンス室長 長田薫) (株式会社国際協力銀行(JBIC) 中堅・中小企業ファイナンス室 調査役 井上真紀子) 講演④デジタルツール + 小口空輸配送を活用した日本産酒類の新しいサービスについて (アイディーテンジャパン株式会社 代表取締役 澤田且成)

3-1(ii) 輸出セミナー事業の課題と改善策

○ オンライン開催における配信環境

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を考慮し、第3回の開催からMicrosoft社の「Teams」を使用してオンラインセミナーを実施した（セミナー、商談会いずれも）。

一方で、現在のWeb会議システムのシェアは「Zoom」35%、「Skype」18%、「Teams」18%（SaaS・コラボレーションツール利用動向調査（MM総研））となっており、Zoomに慣れている登録事業者が多いことから、Teamsは使いづらいという声が寄せられた。

また、Teamsは運営側で参加者のカメラの使用や外部Live中継の画面共有を制御できず、予期せぬ映り込み等の問題が生じる恐れがあった。システムの脆弱性、機密情報の流出リスクなどを改めて考慮した上で、次回以降のオンライン開催はZoomの使用も検討する必要がある。

オンライン開催を検討した当初は、JTBのオフィス内（会議室）からのLive配信を検討していたが、Teamsを使用してセミナーを運営する場合、カメラやマイクを事務局で一斉に制御できないこと、中継や収録専用のマイクが必要であること等、録画や編集作業の効率性等を考慮し、専用設備の整ったスタジオを手配してセミナーを配信した。

配信場所のスタジオはMCや講演者、スタッフ等が待機をするため、オンライン開催であっても、新型コロナウイルス感染症対策として、3密回避の対策やアクリル板の設置、セミナー運営後の消毒作業を実施するための対応が必要になる。

○ アンケートの回収

本事業では、登録事業者のニーズや内容の評価を把握するため、各セミナーごとにアンケートを実施した。アンケートの回収率を高めるため、セミナーの参加者に対して、アンケートへの回答を促すアナウンスを複数回行ったが、「（アンケートの）設置場所がわからない」等の問い合わせも多かった。これに対しては、セミナー時のアナウンスで随時案内を行いつつ、セミナー終了間際にアンケートの依頼メールを送るなど周知を徹底するほか、アンケートの設置場所への導線を配備する、セミナー終了後も事後的にアンケートに回答できるように考慮するなど、回収率を上げる工夫が必要となる。

なお、セミナー後に実施したアンケートの回収率は、仙台、新潟のリアル開催（紙にて配布）では100%であったが、オンライン開催の回収率が低い結果となった。オンライン開催はリアル開催に比べて気軽に参加ができる反面、アンケートの回収率の低さが目立ってしまった。改善策としては、セミナー開催時間内にアンケートの回答時間を設ける等、短時間で回答できる設問にすることが挙げられる。アンケートの設問数、実施回数については、全体的に見直しを行う必要がある。

▼実施したアンケートの種類

種類	調査アンケート	セミナーアンケート	
		オフライン	オンライン
実施目的	登録事業者の輸出に関する状況把握を目的としたアンケートを実施 (設問内容) 自社の輸出状況や実績、輸出に対する課題について	参加したセミナーについてアンケートを実施 (設問内容) セミナーの内容や講師に対する感想、今後の事業展開、セミナーの形式について	参加したセミナーについてアンケートを実施 (設問内容) セミナーの内容や講師に対する感想、今後の事業展開、セミナーの形式について
回答方法	新規登録時にAMARYSの専用フォームより回答 (回収にあたり工夫した点) ・回答のない事業者には、事務局がメールで回答いただくよう案内するとともに、郵送でアンケート書面を送付した ・郵送で依頼を行ったところ、(メール発信に比べて)多くの登録事業者から回答をいただけた	各セミナー終了後に書面でアンケートを配布した (回収にあたり工夫した点) リアル開催においての回収率は100%であった	各セミナー終了後にForms(オンラインアンケート)で意見集約を実施 (回収にあたり工夫した点) アンケートの案内は、セミナー実施時のアナウンスに重ねて、セミナー終了時に参加者に回答フォームをメールで送信した

▼セミナーアンケートの回収率

実施日	実施方式（実施会場）	参加人数	回収数	回収率
2020年7月29日	トークネットホール仙台	23	23	100%
2020年8月19日	新潟朱鷺メッセ	9	9	100%
2020年8月26日	オンライン	26	19	73%
2020年9月30日	オンライン	55	31	56%
2020年10月14日	オンライン	47	31	65%
2020年10月28日	オンライン	42	27	64%
2020年11月11日	オンライン	51	28	54%
2020年11月25日	オンライン	44	21	47%
2020年12月9日	オンライン	49	21	42%
2020年12月16日	オンライン	58	34	58%
2021年1月27日	オンライン	20	13	65%
2021年2月10日	オンライン	40	17	42%
2021年2月24日	オンライン	49	30	61%

3-2(i) マッチング（商談会）に関する業務

商談会に関する開催実績（方法・場所日時・参加者など）は下記の通りである。

▼セミナー時マッチング商談会：計13回実施

実施日時	実施会場	実施方式	参加数
2020年7月29日	トークネットホール仙台	リアル	15社 (卸3社、メーカー12社)
8月19日	新潟朱鷺メッセ	リアル	4社 (卸2社、メーカー2社)
8月26日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	10社 (卸5社、メーカー5社)
9月30日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	9社 (卸4社、メーカー5社)
10月14日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	20社 (卸7社、メーカー13社)
10月28日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	12社 (卸3社、メーカー9社)
11月11日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	10社 (卸4社、メーカー6社)
11月25日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	9社 (卸2社、メーカー7社)
12月9日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸2社、メーカー4社)
12月16日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	17社 (卸4社、メーカー13社)
2021年1月27日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸2社、メーカー4社)
2月10日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	2社 (卸1社、メーカー1社)
2月24日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸1社、メーカー5社)

▼個別マッチング商談会：計18回実施

実施日時	実施時間	実施方式
2020年8月27日	10:00-10:30	オンライン
	11:00-11:30	オンライン
10月9日	14:00-14:30	オンライン
10月16日	15:00-15:30	オンライン
10月29日	10:00-10:30	オンライン
10月30日	16:00-16:30	オンライン
11月18日	10:00-10:30	オンライン
	11:30-12:00	オンライン
11月27日	14:00-14:30	オンライン
12月7日	15:00-15:30	オンライン
12月8日	10:30-11:00	オンライン
12月17日	17:00-17:30	オンライン
12月18日	13:00-13:30	オンライン
12月21日	14:00-14:30	オンライン
12月24日	14:00-14:30	オンライン
2月10日	14:00-14:30	オンライン
2月10日	16:00-16:30	オンライン
2月19日	16:00-16:30	オンライン

3-2(ii) マッチング事業の課題と改善策

○ 商談会参加者に対する事前情報の共有

商談会の実施にあたっては、参加する登録事業者からの要望を受け、事前に商談相手の資料を共有する等の対応を行っていたが、スケジュールの都合上、マッチングの予定が確定してから実施までの日数にあまり猶予がなかったこと等の理由から、十分な資料を提供できないことがあった。

資料やサンプルの事前送付については、可能な限り迅速な対応を心がけていたが、商談会の日程調整が完了してから参加者の意向を確認している限り、日数的にも対応が難しい状況となっていた。

課題改善の一案として、次年度は登録事業者が商談会への参加を表明（登録）する際に、事前にサンプルの提供が可能かどうか、共有できる資料の有無等をあらかじめ確認するフォームを設置するなどして、より迅速に対応できる体制を整えることが必要である。

（参考）【個別商談会実施までの一例】

- | | |
|---|--|
| <p>①事業者→事務局</p> <p>②事務局→酒類製造者</p> <p>③事務局→卸売事業者</p> <p>④卸売事業者→事務局</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ コンソーシアム登録
(企業(輸出)情報を登録申込書に記載) ・ 登録申込書の情報をもとに卸売事業者を紹介 ・ 卸売事業者へ個別商談会の提案 ・ 承諾、日程調整 |
|---|--|



マッチングの成立

3-3(i) 専門家相談に関する業務

19名の登録事業者から下記一覧の通りの相談が寄せられた。

	実施日時	実施時間	実施方式	会社名	相談内容
専門家相談 (計19件)	7月15日	15:00~	オンライン	卸売事業者	輸入地側の規制（輸入出来ない国、輸入制限のある国とその内容）について。
	7月29日	15:30	セミナー来訪	酒類製造者	これから海外輸出を始めたい。地域や国ごとに市場性や嗜好の違い、ターゲットについて。
	7月31日	14:00~	オンライン	卸売事業者 ※1	酒類の販売許可の申請方法、酒類輸出の際に必要な許可について。
	7月31日	10:15~	オンライン	酒類製造者	海外へ輸出する際の出荷額、コロナの影響について。
	9月30日	17:15~	オンライン	酒類製造者	コロナの影響、商標権取得の必要性、今後必要な準備等について
	9月30日	15:45~	オンライン	卸売事業者	酒類を輸出する際の注意点や取引先等について。
	10月6日	10:00~	オンライン	卸売事業者	未納税移入・移出にかかる手続きについて。
	10月22日	13:00~	オンライン	酒類製造者	アメリカ、欧州のパートナー探しについて。
	10月28日	15:30~	オンライン	その他（自治体）	イギリスへ輸出するための手続き、関税について。
	2月5日	10:00~	オンライン	卸売事業者	サンプルの発送、法律の規制等について。
	2月5日	13:00~	オンライン	卸売事業者	ウイスキー製造者とのマッチング支援について。
	2月5日	15:00~	オンライン	その他（自治体）	日本酒の越境ECでの取扱いについて。
	2月16日	14:00~	オンライン	その他（自治体）	越境ECの運営スキーム、必要な免許等について。
	2月16日	15:00~	オンライン	酒類製造者（団体）	300ml酒の海外市場、輸出時のFOB価格設定について。
	2月24日	17:00~	オンライン	酒類製造者	台湾へのワインの輸出について。
	3月3日	15:00~	電話	酒類製造者	どぶろくを輸出する際の手続きについて。
	3月8日	16:00~	オンライン	酒類製造者	台湾へのワインの輸出について（前回相談時間が足りなかったため二度目の相談）。
	3月29日	13:00~	オンライン	卸売事業者	酒税と消費税の免税について。
	3月29日	10:00~	オンライン	その他（自治体）	輸出者として販売した場合に抱えるリスクについて。

上記の相談について、当事業の専門家としてアサインした日本酒輸出協会会長 松崎晴雄氏が対応した。
議事録については別添資料に記載。

※1 この相談は国税庁対応のため議事録なし。

3-3(ii) 専門家相談の課題と改善策

○ 予約を含めた運用の見直し

本事業では、事前予約制で専門家への相談を受け付けていたが、最終的に登録事業者から相談を受けた件数は19件と当初の予測を下回る結果となり、必ずしも十分な効果があったとは言えなかった。

理由の1つとして、予め相談可能日を設定して相談希望者が相談日時を予約する形で対応していたが、内容を問わず、一律的に事前予約が必要となっていたため、日程調整などの観点から活用しづらい状態にあったことが挙げられる。

専門家相談を利用しやすい環境とするため、今後は相談可能日を指定せず、相談者と専門家のスケジュールを事務局で調整のうえ相談日をセッティングし、オンラインツール、電話等を活用して、可能な限り相談希望者の要望に沿った形で実施する必要がある。

また、登録事業者からの相談内容は実情に応じて軽微なものから回答に慎重を期すものまで、幅広い内容が想定されるが、一律的に事前予約とするのではなく、相談内容を事務局で精査し、軽微なものは事務局経由で回答する等、相談内容に応じて柔軟な対応を検討する必要がある。

○ 専門家相談の業務範囲の明確化

相談件数が増加しなかったもう1つの理由として、実際にどのような相談ができるのか、どこまでサポートしてくれるのかといった、専門家の業務範囲が不明確であったことが挙げられる。

本事業では、登録事業者に対して、専門家相談が可能な旨と、予約可能な日時を提示するに留まり、専門家に相談することで、具体的にどのようなメリットがあるのかを十分に伝えきれていなかった。

改善案の一例として、相談の予約フォームに相談可能な項目例を記載する、相談だけでなく以降必要なサポート等も継続して実施する旨の記載など、登録事業者の利用を促す案内を明示し、専門家相談を活用するメリットを訴求していく手法が考えられる。

【参考：専門家の選定】（松崎 晴雄 氏）

日本酒の輸出サポートやコンサルティング、講演まで幅広く活躍されており、日本産酒類の輸出やマッチング等に関するビジネスや海外における日本産酒類の市場動向について知見を有しており、登録事業者からの相談にも対応が可能であることから、株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役、日本酒輸出協会会長 松崎 晴雄 氏 を選定している。

3-4(i) 情報発信（メールマガジン）に関する業務

海外における規制、市場動向又は各種イベント等の情報提供等に関する業務

各地域ごとの酒類に関する情報を毎週月曜日に配信。

▼全体スケジュール

(火曜日) メールマガジン原稿（草稿）

(水曜日) 専門家による内容確認

(木曜日) 国税庁へ共有

(月曜日) メールマガジン配信

号	配信日	構成・内容
1	2020/07/20	「日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業」の支援内容
2	2020/07/27	コロナ禍における酒類業界の前向きな取り組み
3	2020/08/03	アメリカ編1：市場
4	2020/08/10	アメリカ編2：流通
5	2020/08/17	アメリカ編3：規制
6	2020/08/24	アメリカ編4：規制2
7	2020/08/31	セミナーレポート（7月29日セミナーのご紹介）
8	2020/09/07	中国編1：市場
9	2020/09/14	中国編2：流通
10	2020/09/24	中国編3：規制
11	2020/09/28	セミナーレポート（8月26日セミナーのご紹介）
12	2020/10/05	中国編4：規制2
13	2020/10/12	香港編1：市場
14	2020/10/19	香港編2：流通
15	2020/10/26	セミナーレポート（9月30日セミナーご紹介）
16	2020/11/02	香港編3：規制
17	2020/11/09	香港編4：規制2＋在中国日本大使館「地域の魅力海外発信支援事業」について
18	2020/11/16	台湾編1：市場
19	2020/11/24	台湾編2：流通
20	2020/11/30	セミナーレポート（11月11日のセミナーのご紹介）
21	2020/12/08	台湾編3：規制
22	2020/12/15	台湾編4：規制2
23	2020/12/21	国税庁主催の日本産酒類輸出オンライン商談会のご案内
24	2021/01/12	国際協力銀行支援事業の紹介
25	2021/01/18	セミナーレポート（12月9日のセミナーのご紹介）
26	2021/01/25	韓国編1：市場1
27	2021/02/01	韓国編2：規制1
28	2021/02/08	韓国編3：市場2
29	2021/02/15	韓国編4：規制2
30	2021/02/22	セミナーレポート（1月27日のセミナーのご紹介）
31	2021/03/01	カナダ編1：市場
32	2021/03/08	カナダ編2：規制
33	2021/03/15	カナダ編3：輸出の仕組み1
34	2021/03/22	カナダ編4：輸出の仕組み2
35	2021/03/29	セミナーレポート（2月24日のセミナーのご紹介）

3-4(ii) 情報発信事業の課題と改善案

○ 配信スケジュールの見直し

事業開始当初に1年間の配信スケジュールを策定し、スケジュールに基づいてメールマガジンの発信を行った。当初の計画通り原則週1回の発信で合計35号の発信を完了したが、メールマガジンの原稿作成から専門家の監修、国税庁への内容確認といった一連の作業を進めていくにあたり、週1回ペースの配信は非常に過密スケジュールであった。

当初はメールマガジンを活用し、最新情報を随時発信することを目的として週1回配信という連続性のある計画を立てていたが、先述のとおり内容の精査を伴うことから、週1回の配信ペースを保つことを優先した結果、内容が薄くなったことは否めず、質の良い情報発信という観点から内容が不十分であった。

今後はより良い配信環境を構築するため、配信スケジュールの見直しを行い、例えば内容を充実させるためにも、月1~2回程度の配信頻度とし、商談会の案内等、重要な情報発信などは都度、増刊号のような形で商談会等の案内のみ発信することで、質・量ともに効果的な情報発信が可能になると考える。

○ バックナンバーの公開

本事業では、一度配信したメールマガジンは基本的に再配信をしておらず、途中からコンソーシアムに参加してきた事業者に対して、所謂バックナンバーを提供する体制が存在しなかった。

発信する情報は必ずしも1回で完結するものだけでなく、連載形式の情報については1部入手できないことで、情報全体の価値が低下する等の問題が生じる可能性があることから、対応策として、過去に配信したメールマガジンを集約、掲載等し、過去のメールマガジンを自由に閲覧できるようにすることが望ましい。

4. 実施内容の報告（資料及び所見）

4-1 登録事業者からの相談内容と対応

19名の登録事業者から下記一覧の通りの相談が寄せられた。

	実施日時	実施時間	実施方式	会社名	相談内容
専門家相談 (計19件)	7月15日	15:00～	オンライン	卸売事業者	輸入地側の規制（輸入出来ない国、輸入制限のある国とその内容）について。
	7月29日	15:30	セミナー来訪	酒類製造者	これから海外輸出を始めたい。地域や国ごとに市場性や嗜好の違い、ターゲットについて。
	7月31日	14:00～	オンライン	卸売事業者（注）	酒類の販売許可の申請方法、酒類輸出の際に必要な許可について。
	7月31日	10:15～	オンライン	酒類製造者	海外へ輸出する際の出荷額、コロナの影響について。
	9月30日	17:15～	オンライン	酒類製造者	コロナの影響、商標権取得の必要性、今後必要な準備等について
	9月30日	15:45～	オンライン	卸売事業者	酒類を輸出する際の注意点や取引先等について。
	10月6日	10:00～	オンライン	卸売事業者	未納税移入・移出にかかる手続きについて。
	10月22日	13:00～	オンライン	酒類製造者	アメリカ、欧州のパートナー探しについて。
	10月28日	15:30～	オンライン	その他（自治体）	イギリスへ輸出するための手続き、関税について。
	2月5日	10:00～	オンライン	卸売事業者	サンプルの発送、法律の規制等について。
	2月5日	13:00～	オンライン	卸売事業者	ウイスキー製造者とのマッチング支援について。
	2月5日	15:00～	オンライン	その他（自治体）	日本酒の越境ECでの取扱いについて。
	2月16日	14:00～	オンライン	その他（自治体）	越境ECの運営スキーム、必要な免許等について。
	2月16日	15:00～	オンライン	酒類製造者（団体）	300ml酒の海外市場、輸出時のFOB価格設定について。
	2月24日	17:00～	オンライン	酒類製造者	台湾へのワインの輸出について。
	3月3日	15:00～	電話	酒類製造者	どぶろくを輸出する際の手続きについて。
	3月8日	16:00～	オンライン	酒類製造者	台湾へのワインの輸出について（前回相談時間が足りなかったため二度目の相談）。
	3月29日	13:00～	オンライン	卸売事業者	酒税と消費税の免税について。
	3月29日	10:00～	オンライン	その他（自治体）	輸出者として販売した場合に抱えるリスクについて。

上記の相談について、当事業の専門家としてアサインした日本酒輸出協会会長 松崎晴雄氏が対応した。
議事録については別添資料に記載。

（注） この相談は国税庁対応のため議事録なし。

4-2 輸出セミナー・説明会等の企画・運営に関する業務

セミナーに関する開催実績（講義内容・場所日時・参加者など）は下記の通りである。

	実施日時	実施会場	実施方式	参加数	講演内容
セミナー (計13回)	2020年7月29日	トークネットホール 仙台	リアル	23社	講演①有望な海外市場と輸出の進め方 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②輸出商社を通じた輸出への取り組み方 (日本酒類販売株式会社 国際事業本部 沼田広志)
	8月19日	新潟朱鷺メッセ	リアル	9社	講演①最近の海外市場とコロナ後の展望 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②同業者の取り組み事例 (福島人気酒造株式会社 代表取締役社長 遊佐勇人)
	8月26日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	26社	講演①海外市場における日本産酒類の動向、オンライン商談時代の対応方法 (株式会社SAKEマーケティングハウス代表取締役 松崎晴雄) 講演②同業者の取り組み事例 (株式会社武蔵野酒造 取締役 小林尚)
	9月30日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	55社	講演①香港の酒類市場と日本産酒類の動向 (㈱シティ・スーパー・ジャパン代表取締役 大桶貴之) 講演②GI(地理的表示)取得と、海外輸出戦略 (出羽桜酒造㈱代表取締役 山形県酒造組合理事長 日本酒造組合中央会海外戦略委員会委員長 仲野益美)
	10月14日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	47社	講演①クラフトビールの海外展開について (株式会社協同商事コエドブルワリー 代表取締役兼CEO 朝霧重治) 講演②日本産酒類の台湾市場の動向について (酒藝商貿有限公司 執行長 ケニー・ヤン)
	10月28日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	42社	講演①日本の焼酎・泡盛を世界のSHOCHU・AWAMORIへ (独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 農林水産・食品部 次長 西本敬一) 講演②アメリカにおける日本産酒類の市場動向について (セナジャパン合同会社 代表取締役 小林中)
	11月11日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	51社	講演①国産ワインの欧州輸出事業について (中央葡萄酒株式会社 代表取締役社長 三澤茂計) 講演②中国における日本産酒類の市場動向について (COFCOジャパン株式会社 食品部部長 杜鵬)
	11月25日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	44社	講演①日本酒の輸出事業について (賀茂泉酒造株式会社 代表取締役社長 前垣壽宏) 講演②中国・台湾・東南アジアにおける日本酒・ワインの輸出事業について (株式会社高野総本店 代表取締役社長 高野豊)
	12月9日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	49社	講演①中国・香港・台湾におけるリキュール・スピリッツの市場動向について (株式会社海琳堂 代表取締役社長 楊嘯) 講演②ヨーロッパにおける日本産酒類市場の動向について (GALERIE K PARIS 代表取締役社長 宮川圭一郎)
	12月16日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	58社	講演①欧州における日本酒の市場動向と現状 (株式会社小林順蔵商店 代表取締役 小林佑太郎) 講演②日本産酒類を輸出する際の商流と物流について (海渡アトリエ 代表 関口幸代)
	2021年1月27日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	20社	講演①日本産本格焼酎の海外輸出事業について (南山物産株式会社 代表取締役 中山大希) 講演②新興国への輸出や課題について～ミャンマーの事例～ (日鉄興和レジデンス(ミャンマー)株式会社 代表取締役 富金原宏諭)
	2月10日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	40社	講演①焼酎やスピリッツの海外輸出事業について (小正醸造株式会社 代表取締役社長 小正芳嗣) 講演②カナダにおける日本産酒類の市場動向について (株式会社金谷酒造店 代表取締役社長 金谷芳久)
	2月24日	飯田橋 EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	49社	講演①アメリカ国内における日本産酒類のプロモーションについて (SAKEジャーナリスト 木村咲貴) 講演②デジタルファーストで進めるクールジャパン戦略について (クールジャパン機構「株式会社海外需要開拓支援機構」 専務取締役COO兼CIO 加藤有治) (VponJAPAN株式会社 行政ソリューション室 シニアマネージャー 鮎澤貴) 講演③海外事業を展開されている中堅・中小企業への支援について (株式会社国際協力銀行(JBIC) 中堅・中小企業ファイナンス室長 長田薫) (株式会社国際協力銀行(JBIC) 中堅・中小企業ファイナンス室 調査役 井上真紀子) 講演④デジタルツール + 小口空輸配送を活用した日本産酒類の新しいサービスについて (アイディーテンジャパン株式会社 代表取締役 澤田且成)

4-3 登録事業者間(酒類製造者、卸売事業者)のマッチングに関する業務

商談会に関する開催実績(方法・場所日時・参加者など)は下記の通りである。

▼セミナー時マッチング商談会

実施日時	実施会場	実施方式	参加数
2020年7月29日	トークネットホール仙台	リアル	15社 (卸3社、メーカー12社)
8月19日	新潟朱鷺メッセ	リアル	4社 (卸2社、メーカー2社)
8月26日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	10社 (卸5社、メーカー5社)
9月30日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	9社 (卸4社、メーカー5社)
10月14日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	20社 (卸7社、メーカー13社)
10月28日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	12社 (卸3社、メーカー9社)
11月11日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	10社 (卸4社、メーカー6社)
11月25日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	9社 (卸2社、メーカー7社)
12月9日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸2社、メーカー4社)
12月16日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	17社 (卸4社、メーカー13社)
2021年1月27日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸2社、メーカー4社)
2月10日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	2社 (卸1社、メーカー1社)
2月24日	EDWARD TEACH STUDIO	オンライン	6社 (卸1社、メーカー5社)

▼個別マッチング商談会：計18回実施

実施日時	実施時間	実施方式
2020年8月27日	10:00-10:30	オンライン
	11:00-11:30	オンライン
10月9日	14:00-14:30	オンライン
10月16日	15:00-15:30	オンライン
10月29日	10:00-10:30	オンライン
10月30日	16:00-16:30	オンライン
11月18日	10:00-10:30	オンライン
	11:30-12:00	オンライン
11月27日	14:00-14:30	オンライン
12月7日	15:00-15:30	オンライン
12月8日	10:30-11:00	オンライン
12月17日	17:00-17:30	オンライン
12月18日	13:00-13:30	オンライン
12月21日	14:00-14:30	オンライン
12月24日	14:00-14:30	オンライン
2月10日	14:00-14:30	オンライン
2月10日	16:00-16:30	オンライン
2月19日	16:00-16:30	オンライン

4-4 国税庁及び関係機関が実施する各種支援メニューの紹介等に関する業務

海外における規制、市場動向又は各種イベント等の情報提供等に関する業務

各地域ごとの酒類に関する情報を毎週月曜日に配信。

▼全体スケジュール

(火曜日) メールマガジン原稿(草案)

(水曜日) 専門家による内容確認

(木曜日) 国税庁へ共有

(月曜日) メールマガジン配信

号	配信日	構成・内容
1	2020/07/20	「日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業」の支援内容
2	2020/07/27	コロナ禍における酒類業界の前向きな取り組み
3	2020/08/03	アメリカ編1：市場
4	2020/08/10	アメリカ編2：流通
5	2020/08/17	アメリカ編3：規制
6	2020/08/24	アメリカ編4：規制2
7	2020/08/31	セミナーレポート（7月29日セミナーのご紹介）
8	2020/09/07	中国編1：市場
9	2020/09/14	中国編2：流通
10	2020/09/24	中国編3：規制
11	2020/09/28	セミナーレポート（8月26日セミナーのご紹介）
12	2020/10/05	中国編4：規制2
13	2020/10/12	香港編1：市場
14	2020/10/19	香港編2：流通
15	2020/10/26	セミナーレポート（9月30日セミナーご紹介）
16	2020/11/02	香港編3：規制
17	2020/11/09	香港編4：規制2＋在中国日本大使館「地域の魅力海外発信支援事業」について
18	2020/11/16	台湾編1：市場
19	2020/11/24	台湾編2：流通
20	2020/11/30	セミナーレポート（11月11日のセミナーのご紹介）
21	2020/12/08	台湾編3：規制
22	2020/12/15	台湾編4：規制2
23	2020/12/21	国税庁主催の日本産酒類輸出オンライン商談会のご案内
24	2021/01/12	国際協力銀行支援事業の紹介
25	2021/01/18	セミナーレポート（12月9日のセミナーのご紹介）
26	2021/01/25	韓国編1：市場1
27	2021/02/01	韓国編2：規制1
28	2021/02/08	韓国編3：市場2
29	2021/02/15	韓国編4：規制2
30	2021/02/22	セミナーレポート（1月27日のセミナーのご紹介）
31	2021/03/01	カナダ編1：市場
32	2021/03/08	カナダ編2：規制
33	2021/03/15	カナダ編3：輸出の仕組み1
34	2021/03/22	カナダ編4：輸出の仕組み2
35	2021/03/29	セミナーレポート（2月24日のセミナーのご紹介）

4-5 参考資料

4-5(i) 調査アンケート(酒類製造者)

▼事前アンケート(酒類製造者)

1. 主として取り扱っている酒類は何ですか。(複数回答可)

1. 日本酒
2. 焼酎
3. ワイン
4. ウイスキー等の蒸留酒
5. ビール
6. リキュール
7. その他

2. 輸出に関する関心を教えてください。(単一回答)

1. とても関心がある
2. 関心がある
3. やや関心がある
4. あまり関心がない
5. 関心がない
6. まったく関心がない

3. 輸出に対する実績を教えてください。(単一回答)

1. かつて輸出したことがある(今は輸出していない)
2. 現在、輸出している
3. 輸出の準備を検討している
4. 実績もなく、現時点もその予定はない

4. 輸出実績のある方への質問 (単一回答)

※輸出実績のある方にお伺いします。輸出はどのような形態でしたか。

1. 現地法人(輸入業者・店舗など)との直接貿易
2. 輸出業者・商社等を介した間接貿易
3. Eコマースなどによる一般消費者への直接販売
4. その他

5. 輸出実績のある方への質問 (複数回答可)

※輸出実績のある方にお伺いします。輸出の目的は何ですか。(複数回答可)

1. コスト引き下げ
2. 海外需要の獲得
3. 国内市場縮小への対応
4. 取引先への対応
5. 為替変動の影響回避
6. その他

6. 輸出実績のある方への質問 (複数回答可)

※輸出実績のある方にお伺いします。輸出を実施または検討したきっかけは何ですか。(複数回答可)

1. セミナー等への参加
2. 取引先の要請
3. 金融機関の紹介
4. 県やJETROなどを通しての海外展示会への出展
5. その他

7. 輸出実績のある方への質問 (複数回答可)

※輸出実績のある方にお伺いします。輸出のメリットは何ですか。(複数回答可)

1. 売上増加
2. コスト削減
3. 利益増加
4. 知名度向上
5. 取引関係強化
6. 製品・サービス品質向上
7. その他

8. 輸出実績のある方への質問. (複数回答可)

※輸出実績のある方にお伺いします。輸出のデメリットは何ですか。(複数回答可)

1. コスト増加
2. 業務管理負担増加
3. 利益減少
4. 経営リスク拡大
5. その他

9. 輸出を検討していない方への質問 (複数回答可)

※輸出を検討していない方にお伺いします。検討していない理由は何ですか。(複数回答可)

1. 製品が海外市場に適さない
2. 人員・資金の余裕がない
3. 海外とのマネジメントに不安がある
4. 海外展開するノウハウが不足している
5. 海外展開に関する情報が不足している
6. 経営リスクを取りたくない
7. 海外での商標登録と管理が困難
8. その他

10. 共通の質問 (複数回答可)

※輸出に関して知りたいと思っっていることは何ですか。(複数回答可)

1. 現地の輸入業者の詳細情報
2. 輸出業者の詳細情報
3. 輸出に関する各種手続き
4. 海外市場における各種の規制や法律
5. 海外市場における酒税率
6. 海外市場における日本産酒類の市場性
7. 海外市場における商品動向 (人気の容量・酒質・デザインなど)
8. 海外市場における嗜好 (香りや味の好み・飲み方)
9. 海外市場におけるプロモーションの方法
10. 海外市場における商習慣
11. 同業者の取り組み事例
12. 特にない

11. 共通の質問 (複数回答可)

※輸出に関して課題と感じていることは何ですか。(複数回答可)

1. 現地パートナー選び
2. 輸出に関する各種手続
3. 他言語でのコミュニケーション
4. 海外市場における規制 (慣習・宗教・文化等)
5. 海外市場における法規制
6. 海外市場における日本産酒類の市場性
7. 海外市場における商品動向 (人気の容量・酒質・デザイン等) の知識不足
8. 海外市場における嗜好 (香りや味の好み、飲み方) の知識不足
9. 海外市場における商習慣
10. 為替リスク
11. 資金回収
12. 輸出を担当する人材不足
13. その他

12. 共通の質問 (複数回答可)

※輸出したい、もしくは関心のある地域を教えてください。(複数回答可)

1. 中国
2. 韓国
3. 台湾
4. 香港
5. 他の東アジア
6. 東南アジア
7. 南アジア
8. 中近東
9. オセアニア
10. アフリカ
11. ヨーロッパ (西欧)
12. ヨーロッパ (東欧)
13. ロシア
14. アメリカ
15. 他の北米
16. 南米
17. 特にない
18. その他

13. 共通の質問 (複数回答可)

※輸出業者との連携を考えるにあたり、その業者のどのような情報があれば、判断しやすいですか。(複数回答可)

1. 海外までの輸送方法
2. 納入ロット
3. 流通マージン
4. 流通チャネル (小売・卸・Eコマースなど)
5. 売上高
6. 適正在庫
7. 保管時の温度
8. 決済条件
9. 日本語対応の有無
10. その他

14. 共通の質問 (複数回答可)

※海外展開にあたって、どのような支援先を利用したいですか。(複数回答可)

1. 国の機関 (中部経済産業局など)
2. 所在する市・町などの自治体
3. 日本貿易振興機構 (JETRO)
4. 中小企業基盤整備機構
5. 商工会議所・商工会
6. 金融機関
7. コンサルティング会社
8. 商社
9. 取引先
10. その他

15. 共通の質問 (複数回答可)

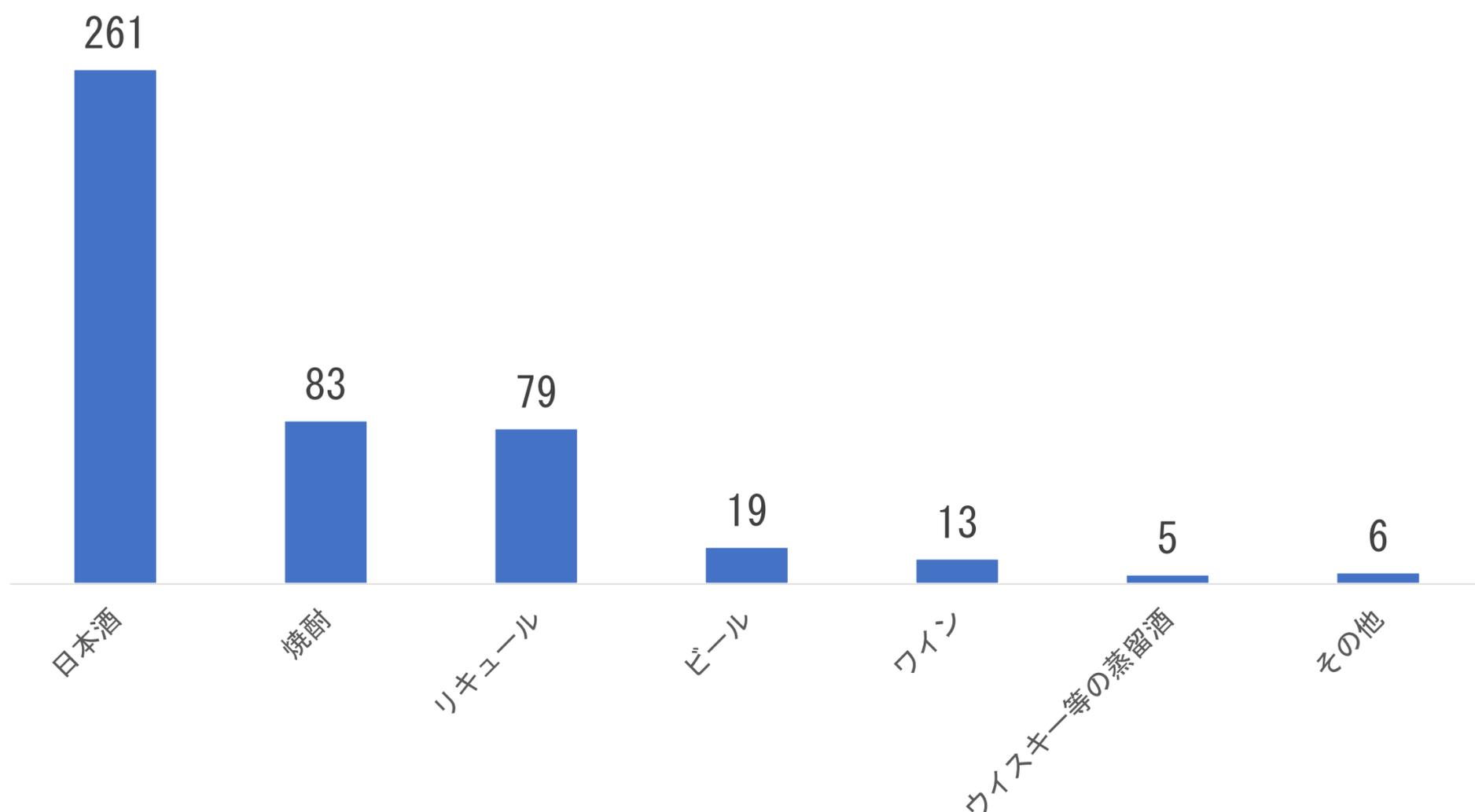
※海外展開の支援に対して、どのようなことを期待しますか。(複数回答可)

1. 情報収集・提供
2. 相談窓口
3. 人材紹介・育成
4. 事業計画策定
5. 展示会出展
6. マッチング
7. 販路拡大
8. 市場調査
9. 法制度調査
10. 資金調達
11. リスクマネジメント
12. 現地での活動支援
13. 現地との関係強化
14. その他

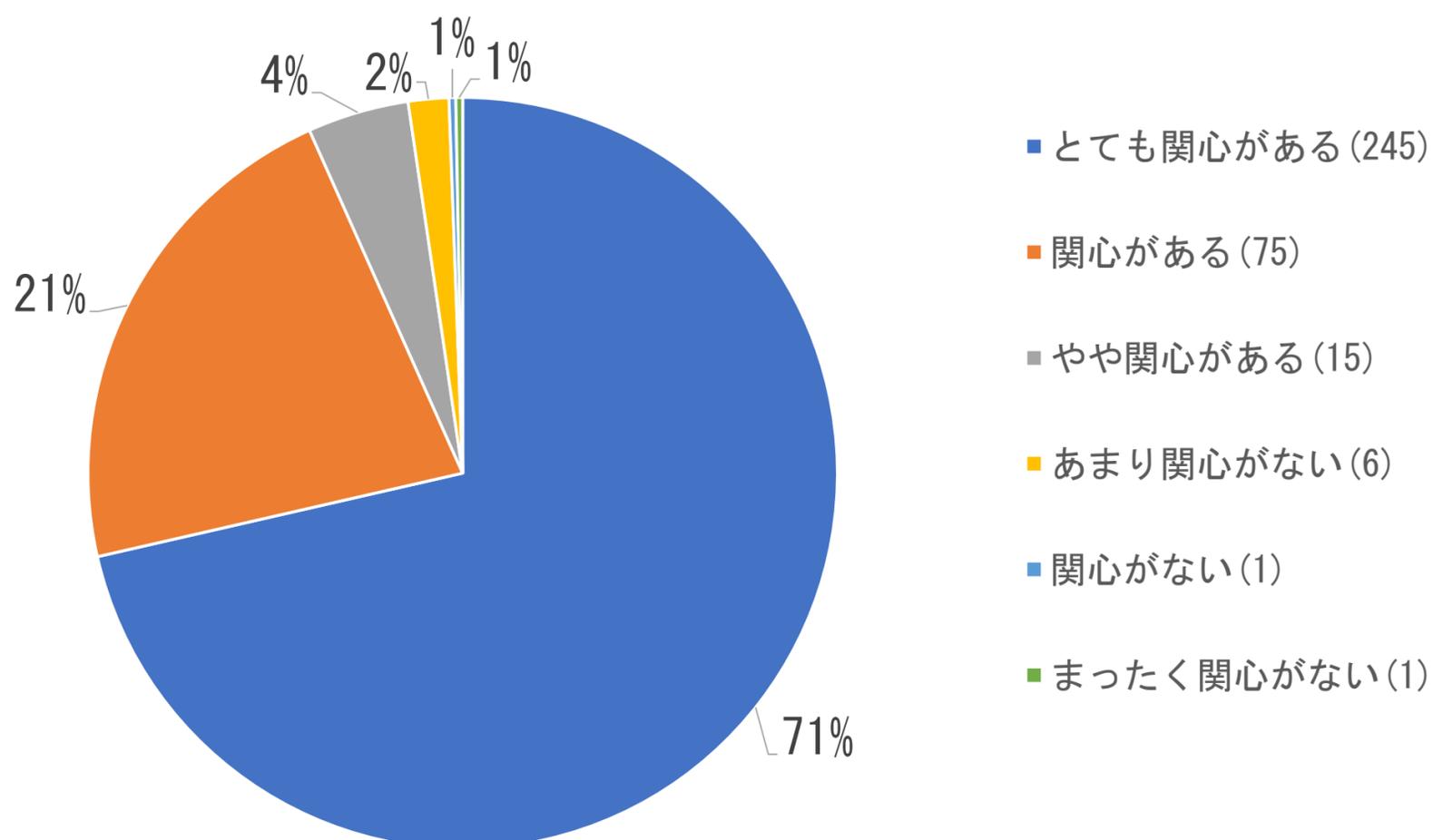
16. 共通の質問

※どのようなセミナーであれば参加したいですか。

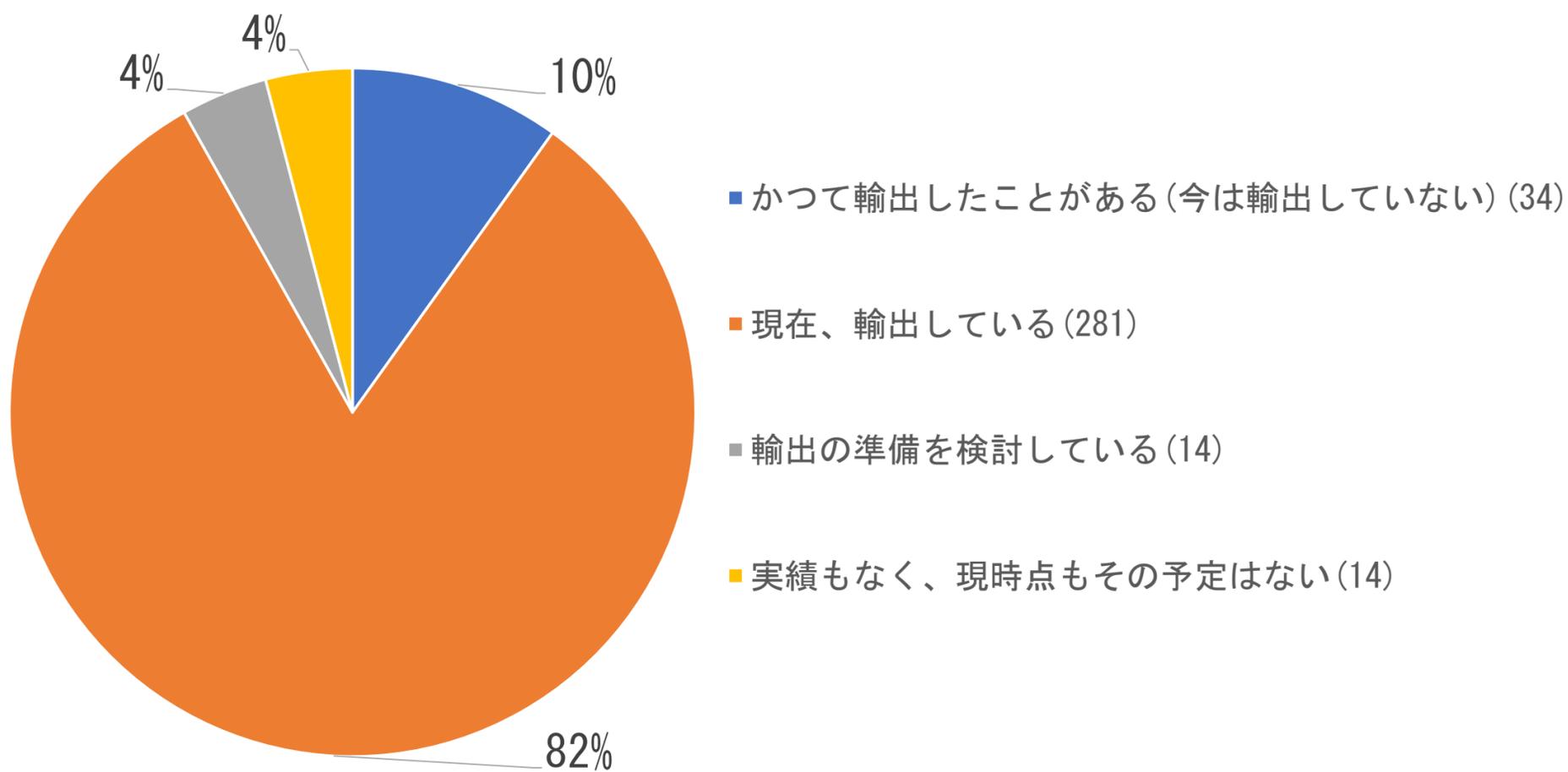
1. 主として取り扱っている酒類は何ですか。(複数回答可)



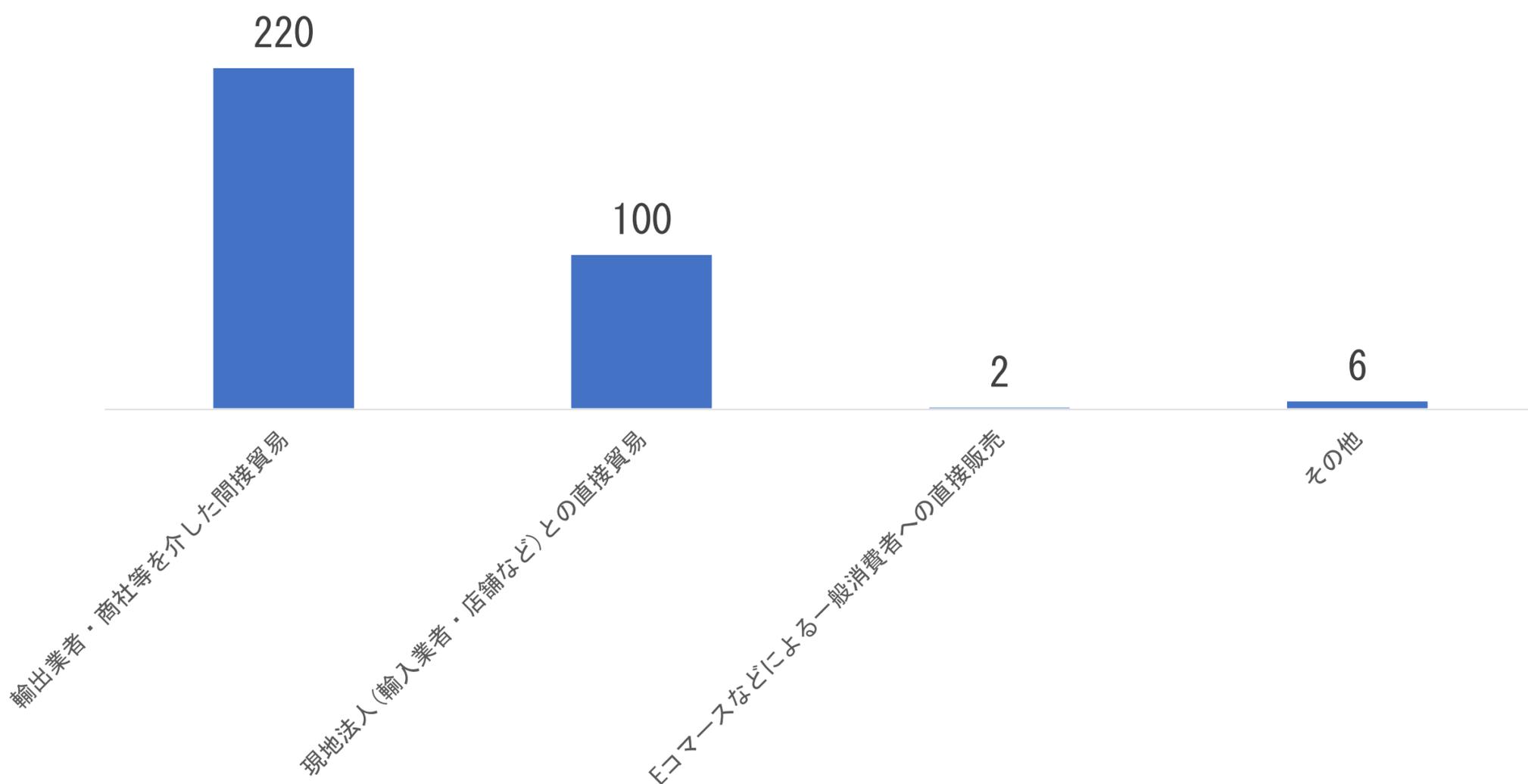
2. 輸出に関する関心を教えてください。(単一回答)



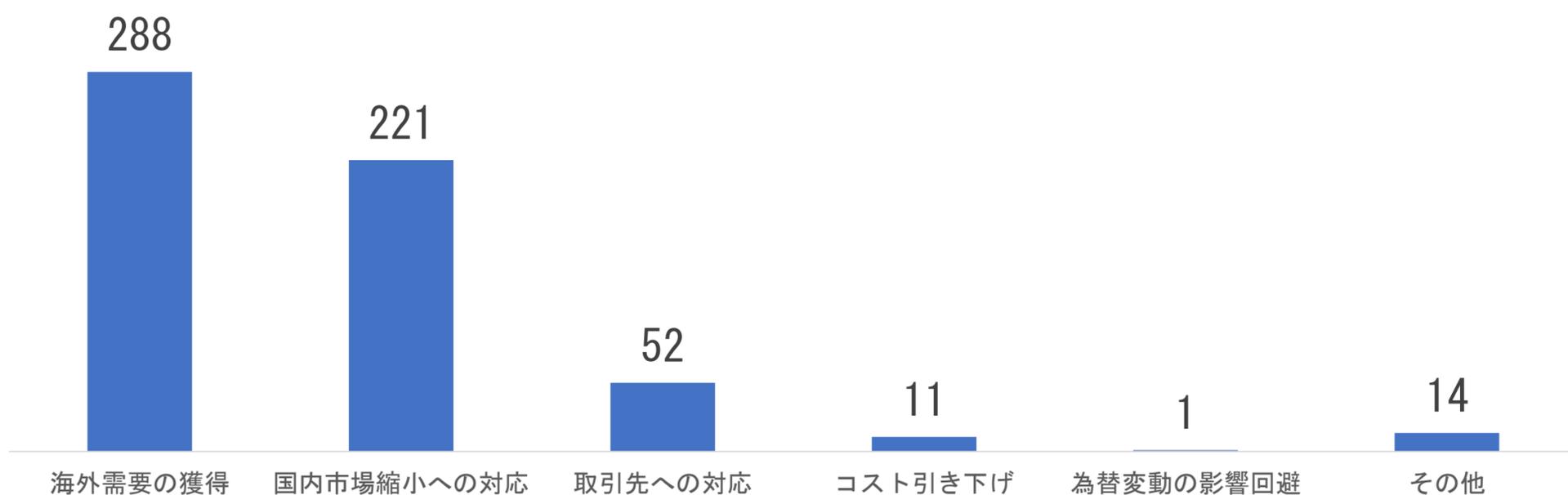
3. 輸出に対する実績を教えてください。(単一回答)



4. 輸出実績のある方にお伺いします。輸出はどのような形態でしたか。

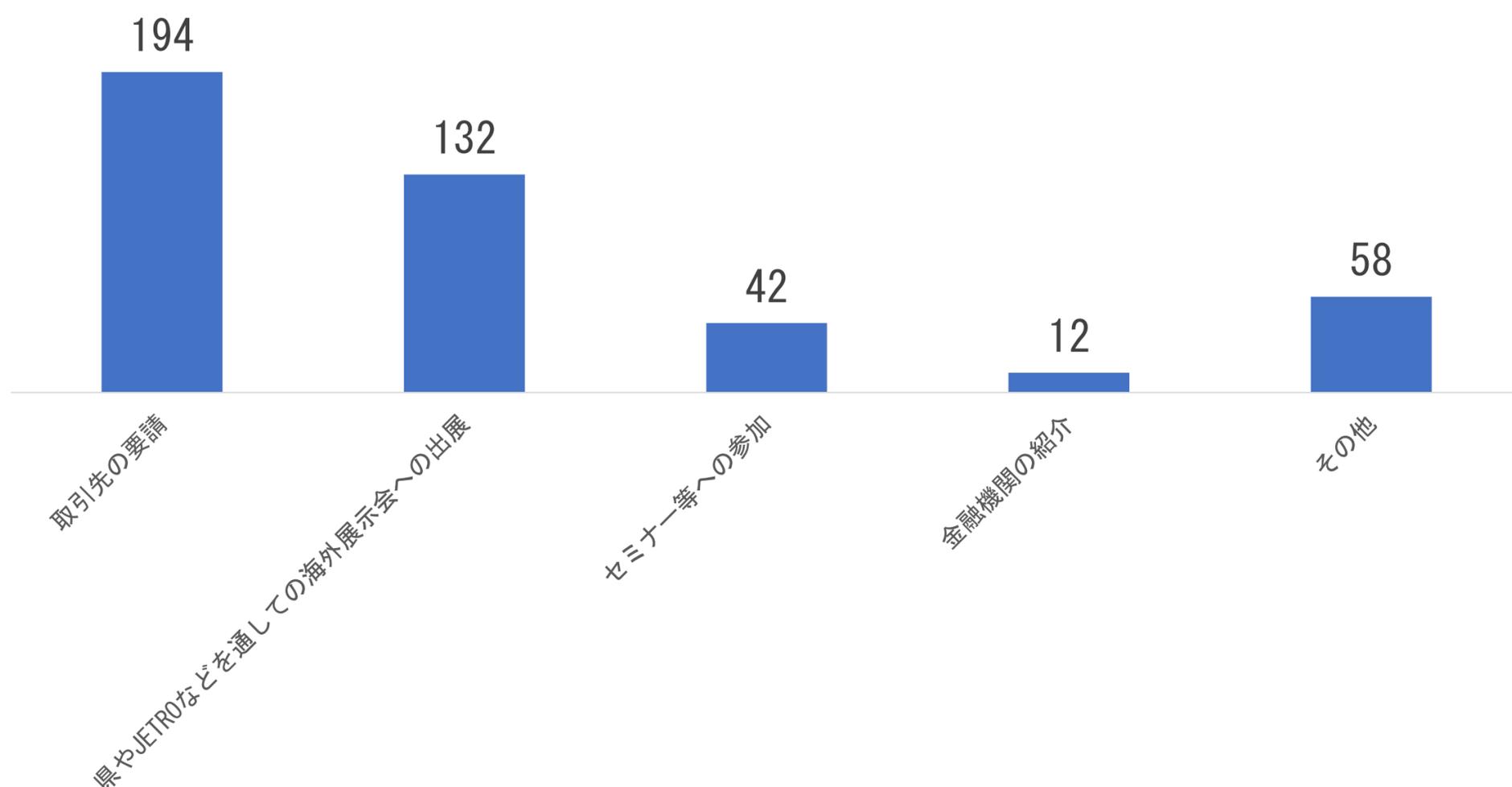


5. 輸出実績のある方にお伺いします。輸出の目的は何ですか。(複数回答可)

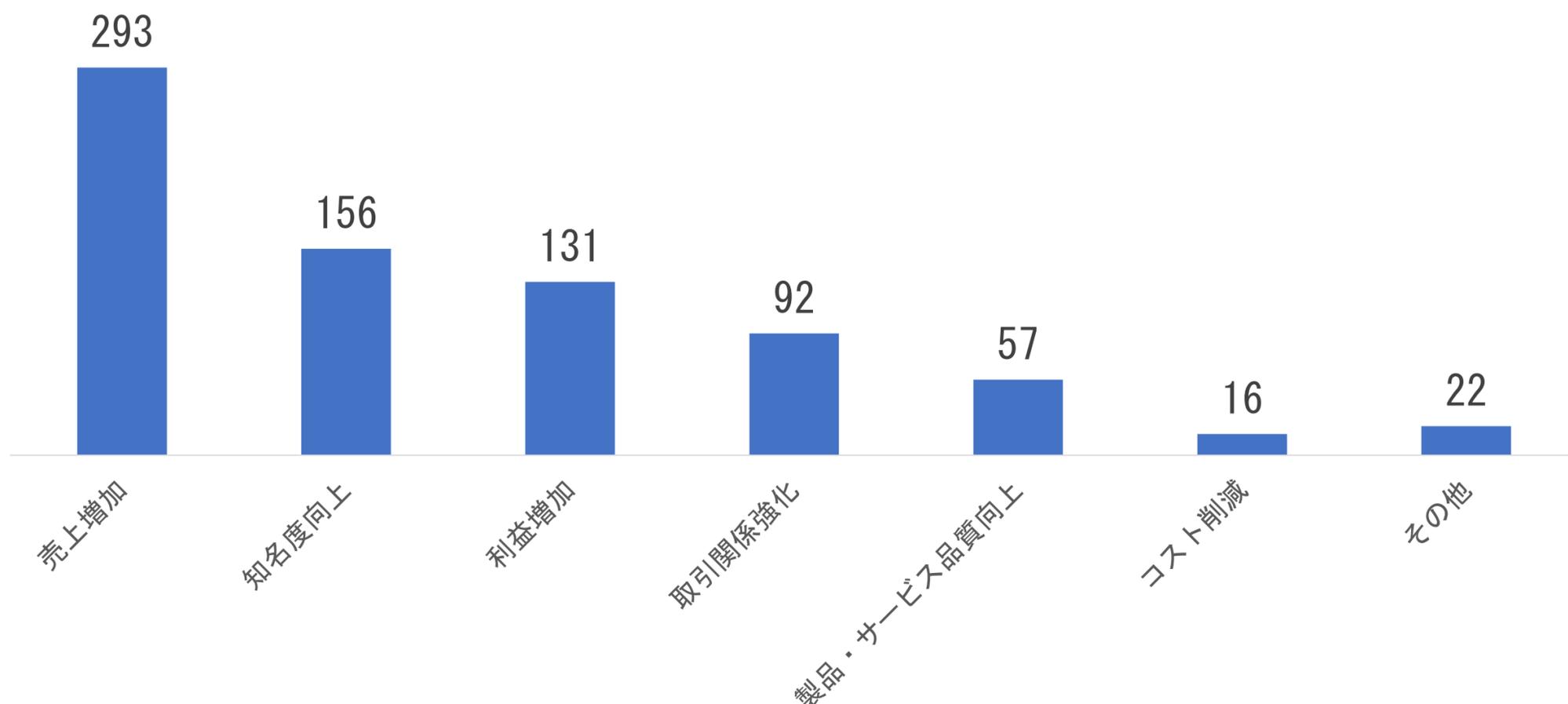


3番目に多い「取引先への対応」については、国内で既に取引のある卸売事業者からの要望で海外輸出をしているケースが多いため、受動的に輸出を行っている酒類製造者が多いと考えられる。国内が順調に伸びていたら輸出自体行っていない可能性もある。

6. 輸出実績のある方にお伺いします。輸出を実施または検討したきっかけは何ですか。(複数回答可)

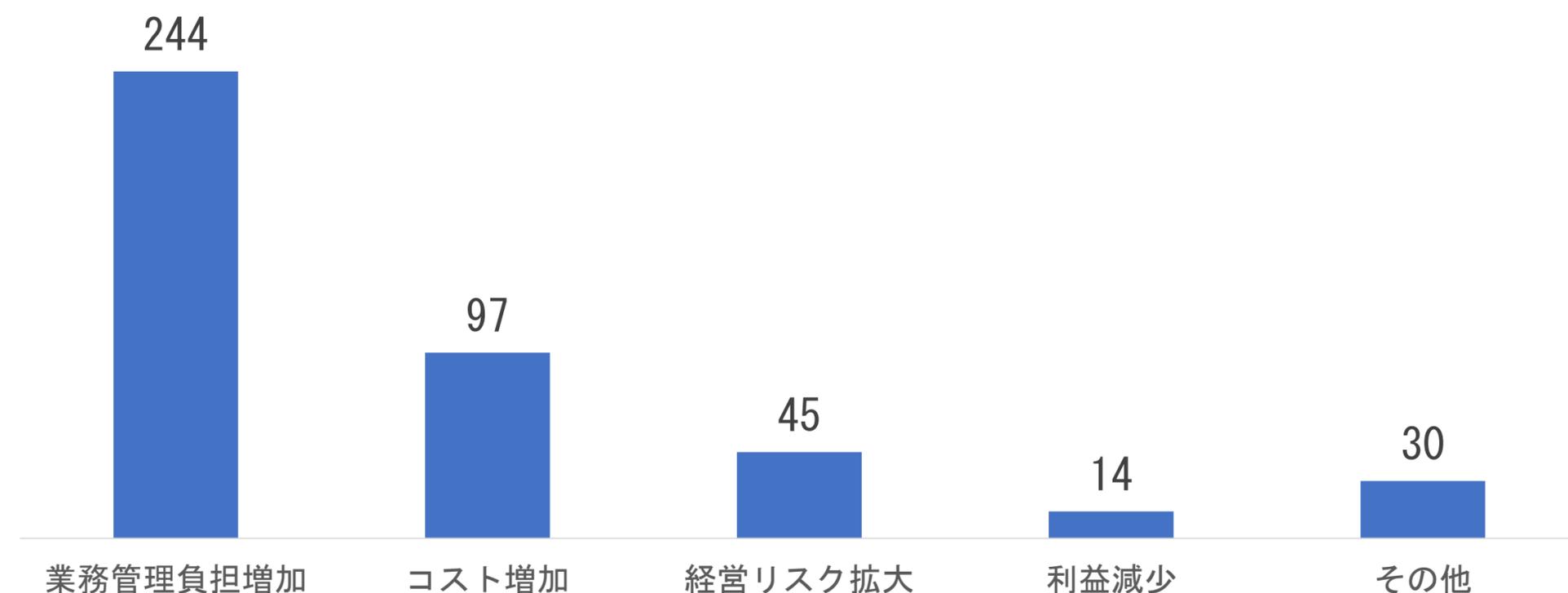


7. 輸出実績のある方にお伺いします。輸出のメリットは何ですか。(複数回答可)



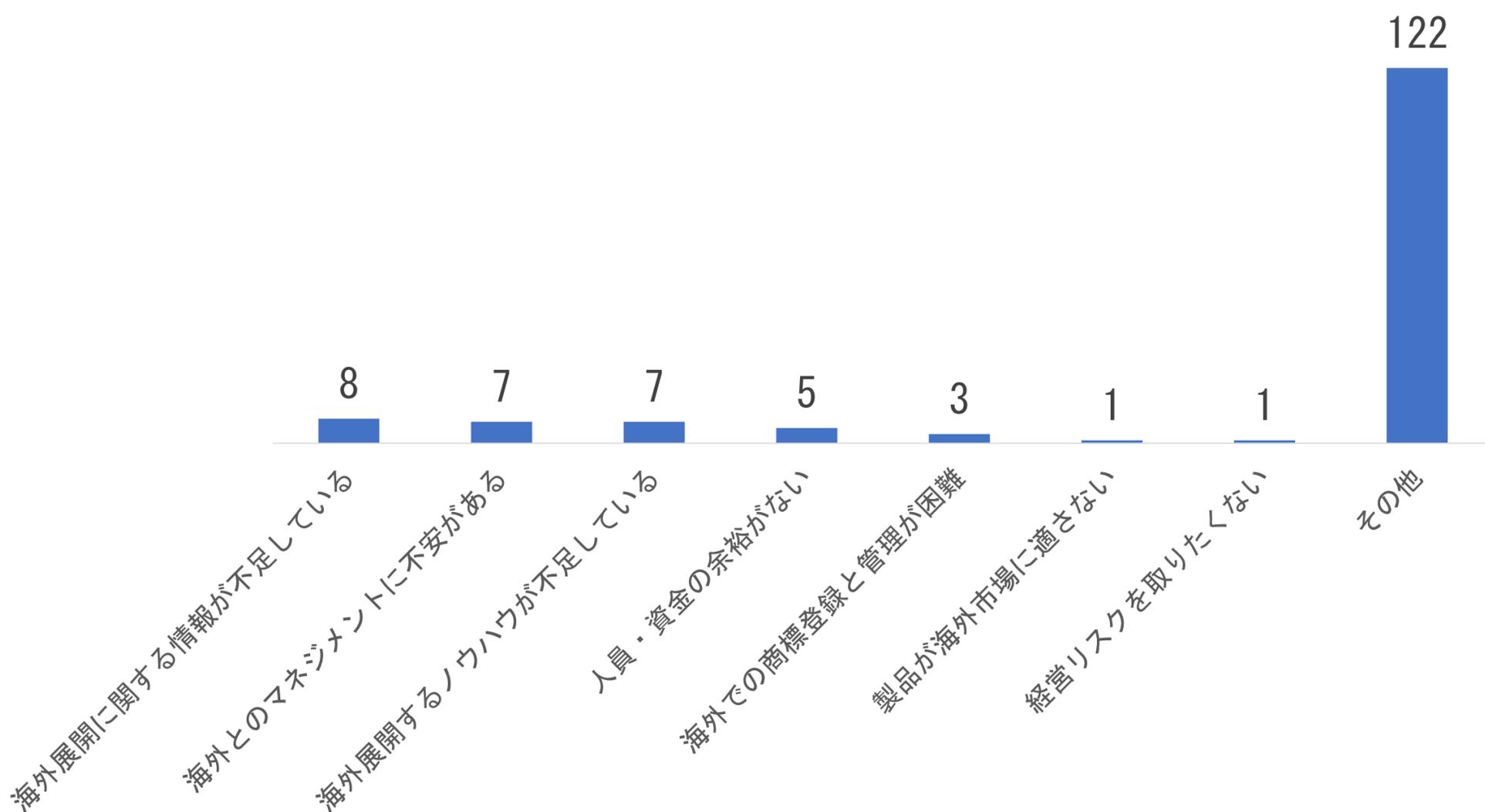
4番目に多い「取引関係強化」は、現状の国内取引先との良好な関係を保つために行っているものであり、通常の国内取引の延長線上に輸出がある事が窺える。輸出経験の少ない酒類製造者が単独で輸出を行うことが困難であることから、今後の可能性としては、既存の国内取引先と協業して海外市場に取組む例が増えてくると考えられる。

8. 輸出実績のある方にお伺いします。輸出のデメリットは何ですか。(複数回答可)



専門の人材や部署がないこと、輸出が軌道に乗らずに国内と並行して販売を行うなど、体制が出来上がっていないことが上位3項目(業務管理負担増加、コスト増加、経営リスク拡大)に繋がると考えられる。卸売事業者と協業して間接輸出を行うことで、酒類製造者の輸出業務の負担を軽減することが可能である。

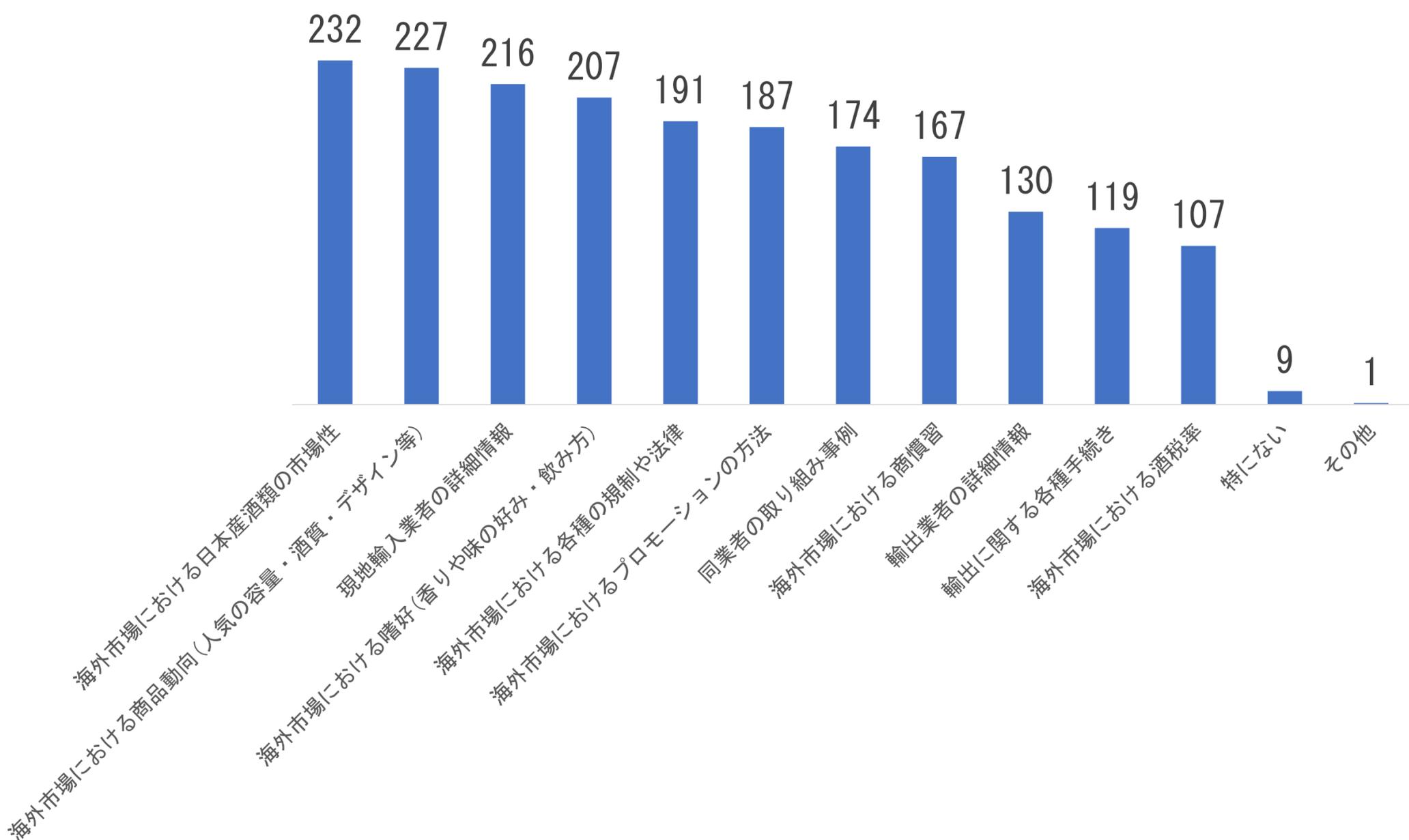
9. 輸出を検討していない方にお伺いします。検討していない理由は何ですか。(複数回答可)



(その他回答)

- ・ 言語問題
- ・ 営業に行けない 等

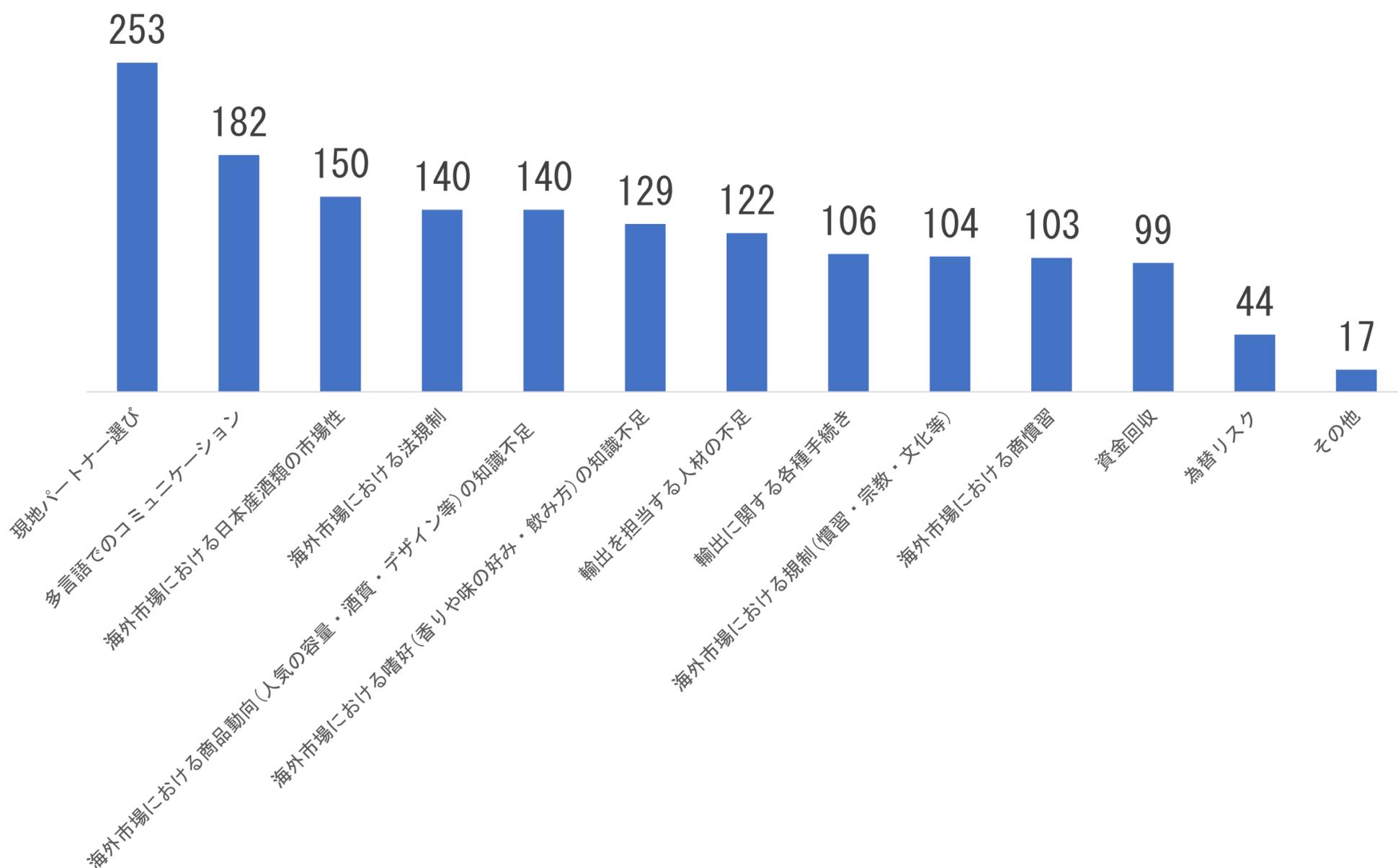
10. 輸出に関して知りたいと思っていることは何ですか。(複数回答可)



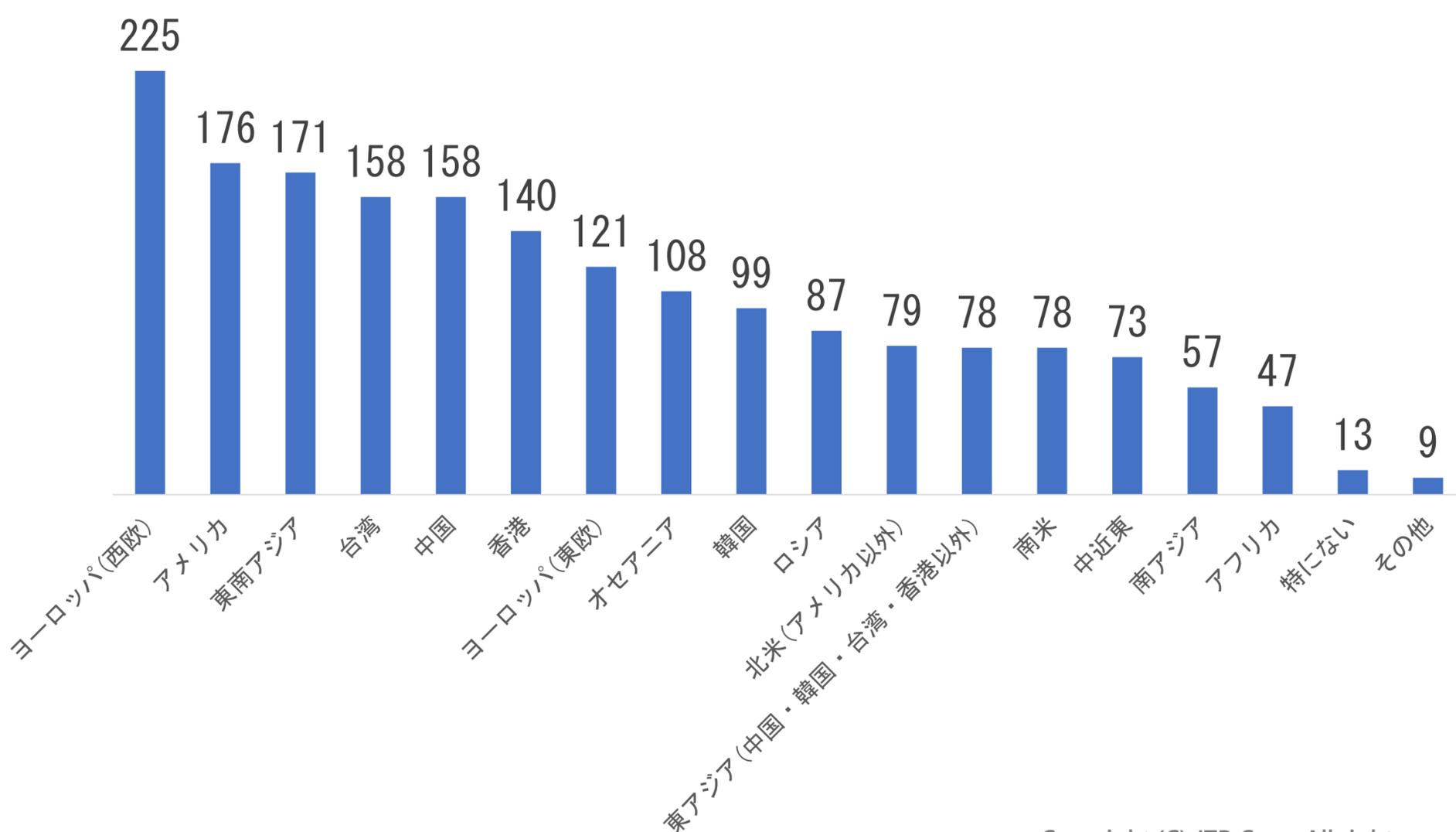
コロナウイルスの影響で現地の状況が流動的なため、実際に販売や提供に携わっている方の生の声や、現地の情報を望む意見が多くみられた。

登録事業者の関心が高い地域(ヨーロッパ、中国、香港、アメリカ等)については、現地で販売を行っている方に現在の情報をセミナーで講演いただくことで参加者の理解が深まると考えられる。

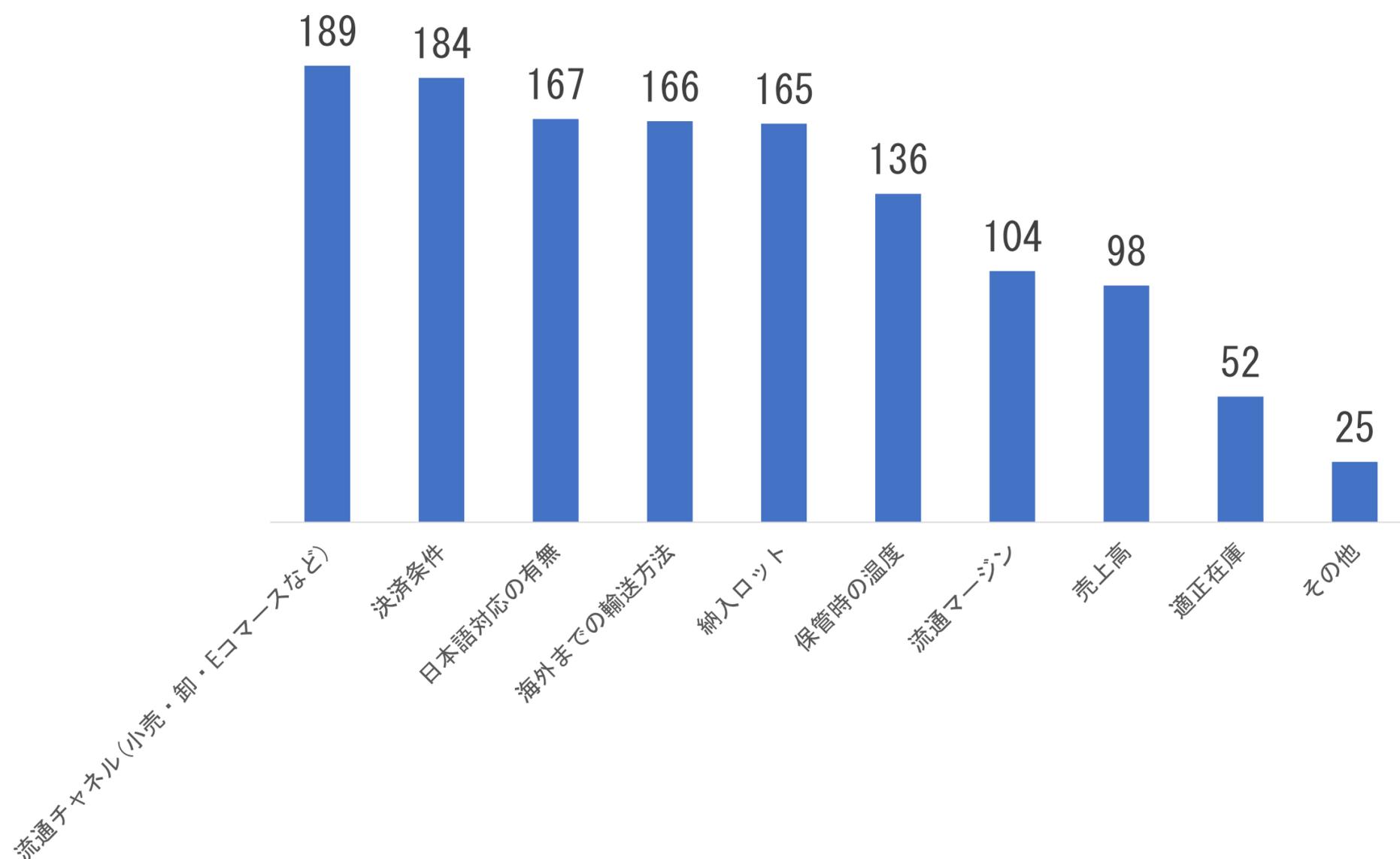
1 1. 輸出に関して課題と感じていることは何ですか。(複数回答)



1 2. 輸出したい、もしくは関心のある地域を教えてください。(複数回答可)

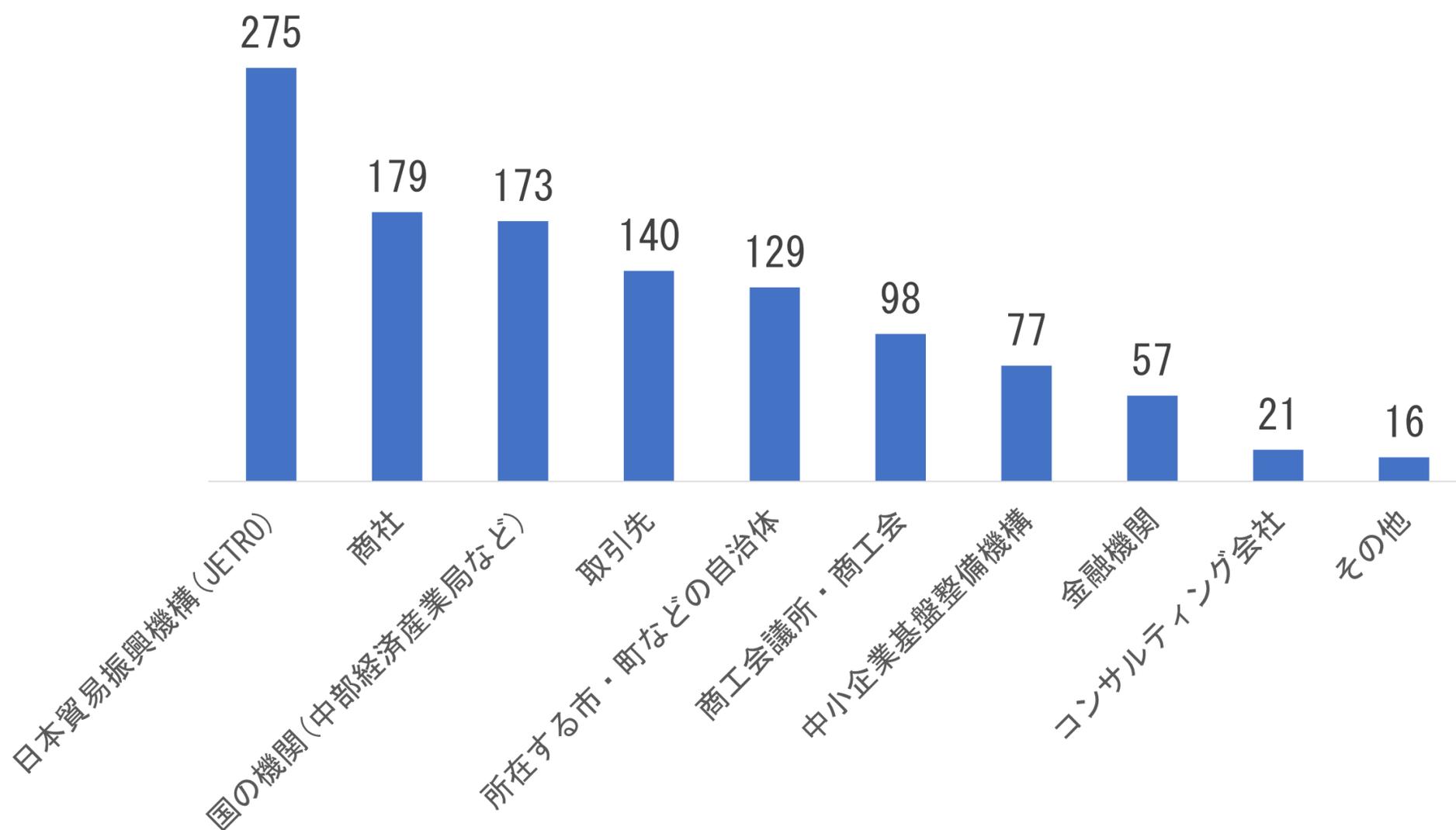


13. 輸出業者との連携を考えるにあたり、その業者のどのような情報があれば、判断しやすいですか。(複数回答可)

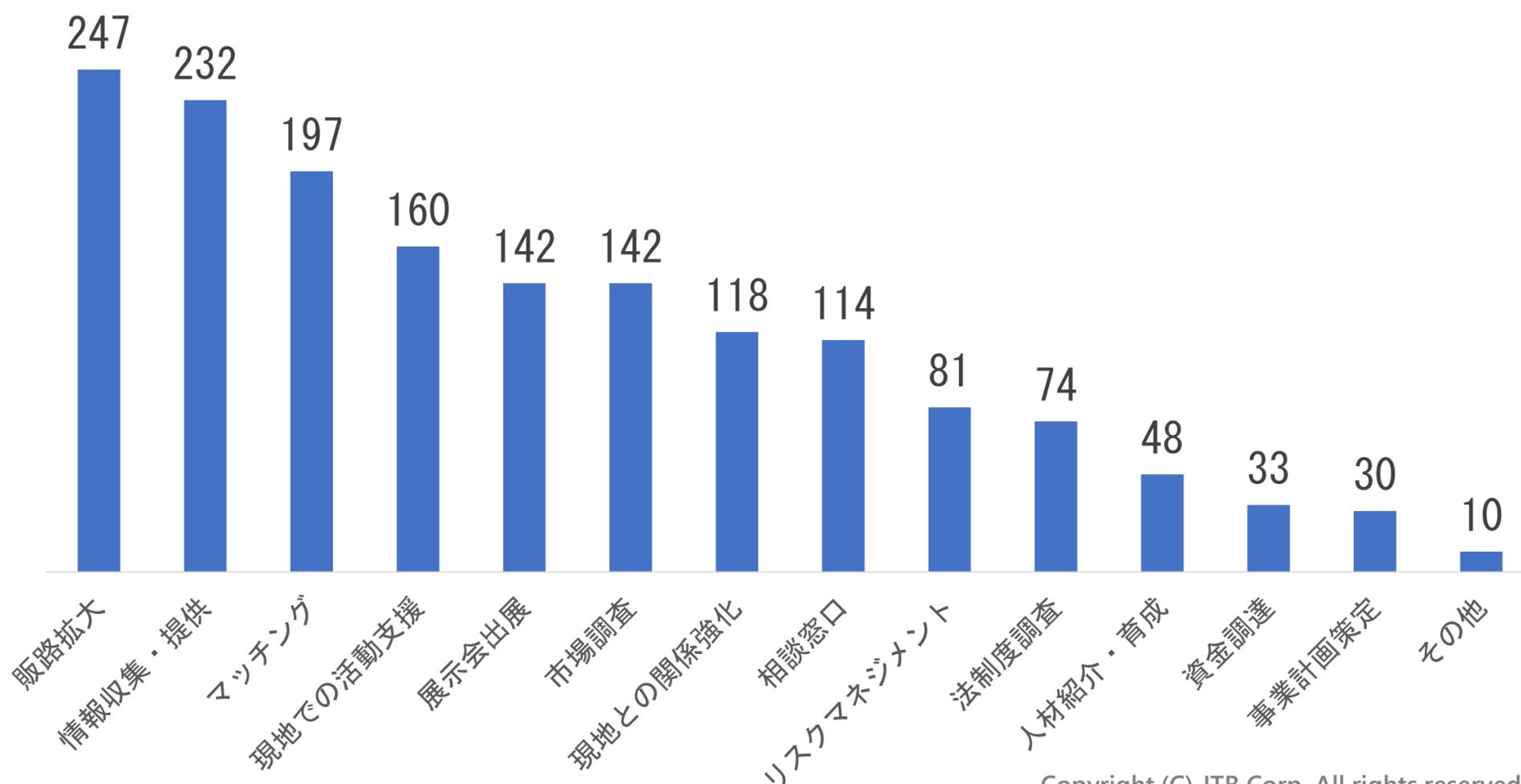


現地で自社製品がどのように販売、消費されるか、またその間の保管状況や商品管理能力がどのようになっているのかという意見の背景には、特に日本酒が劣化しやすい点が挙げられる。現地での保管状況により商品が劣化し、現地で悪い評判広がってしまうケースも多いため、流通チャネルの情報は酒類製造者にとって重要な判断材料となる。

14. 海外展開にあたって、どのような支援先を利用したいですか。(複数回答可)

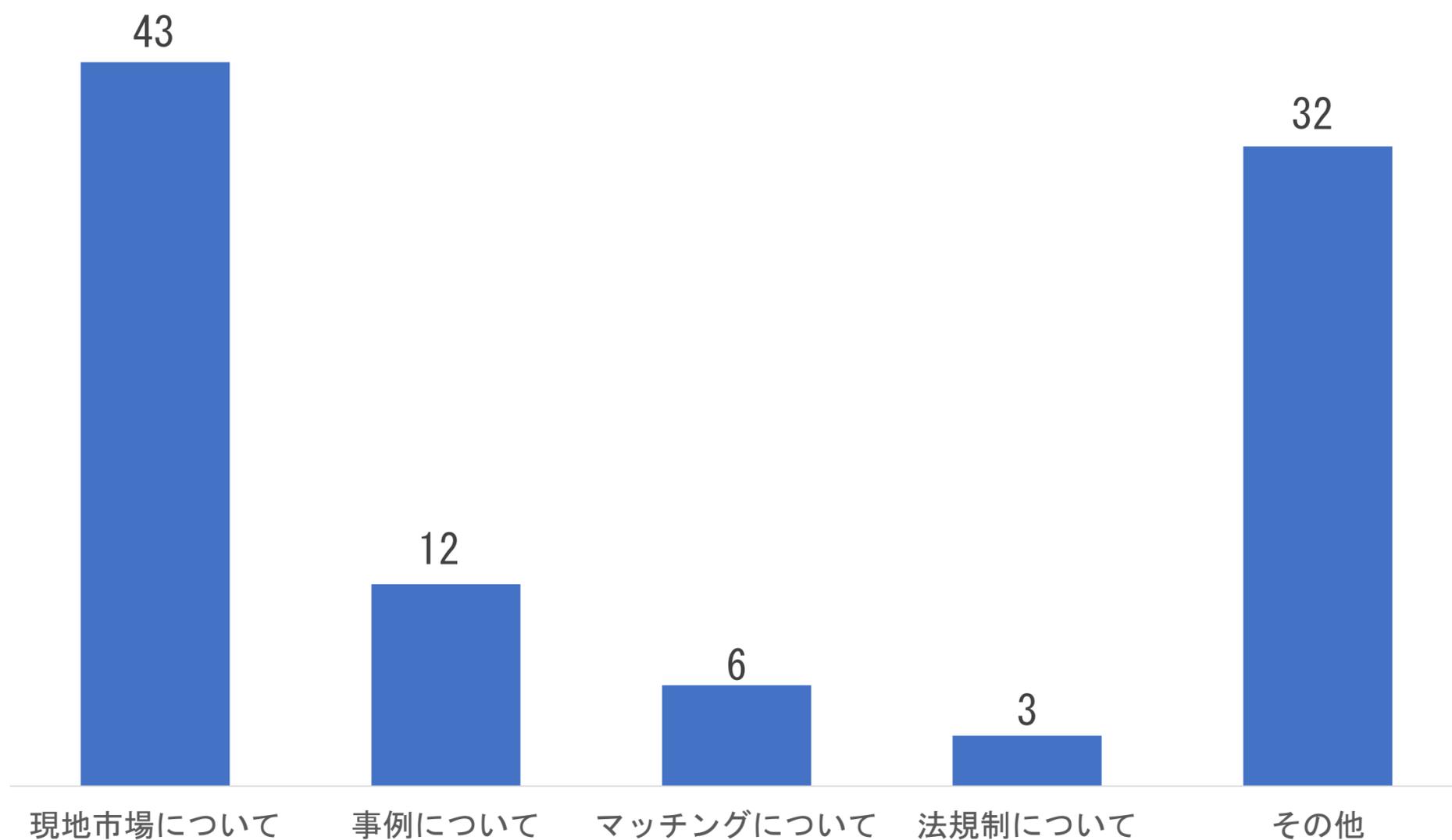


15. 海外展開の支援に対して、どのようなことを期待しますか。(複数回答可)



16. どのようなセミナーであれば参加したいか

【酒類製造者の希望するセミナー】



(その他回答)

- ・ 実際に海外輸出を続けている事業者の話を知りたい。
- ・ 中小企業向けの、国や地方自治体の補助金、支援等、世界各国の日本酒の輸出状況。
- ・ クラフトビールの輸出に特化した内容について。
- ・ 東南アジアへの輸出について。
- ・ 各国の日本酒が参入できる市場ごと（日系日本食、洋系フュージョン、洋食、スーパー高級・中級など）のマーケット情報、顧客動向、価格帯、デザイン嗜好などを知りたい。
- ・ ZOOMでマッチングを行いたい。
- ・ フランスワインの輸出戦略、他勢いのあるカリフォルニアワインなどの戦略、蒸留酒の価値観について。
- ・ 初歩的な一般論ではなく、直接販売に結び付く効率的なセミナーに参加したい。
- ・ 輸出促進支援策について。
- ・ 現地輸入業者やレストラン関係者が集まる一般人のいないセミナーに参加したい。
- ・ オンライン商談スキル向上セミナー、展示会プロモーションスキル向上セミナーに参加したい。

- ・ 輸入者、輸出者ではなく、現地レストランorリテールストアorEC販売業者で、直接取引が前提ではない方々が展開している日本酒関連情報を聞けるセミナーに参加したい。
- ・ 契約書や売上金回収についてのセミナーに参加したい。
- ・ マーケティング戦略設置、DX、輸入会社模索方法について。
- ・ 1コマ30-60分の比較的短くて、いろんな方の意見が拝聴できるセミナーに参加したい。
- ・ 商品デザインについて。
- ・ 酒類別・輸出地域別・輸出経験有無など視聴対象者をある程度絞ったセミナーに参加したい。
- ・ 総論的ではなく、具体的な内容のセミナーに参加したい。
- ・ 実務スキル向上を目標とするセミナーに参加したい。
- ・ 基礎中の基礎を網羅したセミナーに参加したい。
- ・ 宣伝や販促方法のセミナーに参加したい。
- ・ 輸出条件やリスクマネジメントのセミナーに参加したい。
- ・ 海外進出に向けた商品開発・人材教育・確保。
- ・ どこで何が売れるチャンスがあるか具体的にわかりそうなセミナーに参加したい。
- ・ 繁忙期を外した季節に重点的にセミナー開催してほしい。
- ・ コロナ感染拡大中の現在に行っておく準備について。
- ・ 輸出経験が浅いため、輸出に関する基本を学ぶセミナーに参加したい。
- ・ リスク回避できる契約書の書き方や英語でのパンフレット作製など知りたい。
- ・ どんな内容が自社に合っているのかわからないので、様々な内容のセミナーを見聞きたい。
- ・ 海外展示会への出展、特定の国へのプロモーションなど、具体的な活動に繋がるもの。
- ・ 水曜日以外にも開催してほしい。商談の相手国等の情報が欲しい。
- ・ 商標権取得の必要性について。
- ・ 行っておくべき準備について。

4-5 (ii) 調査アンケート(卸売事業者)

▼事前アンケート(卸売事業者)

1. 主として取り扱っている酒類は何ですか。(複数回答可)

1. 日本酒 2. 焼酎 3. ワイン 4. ウイスキー等の蒸留酒 5. ビール
6. リキュール 7. その他

2. 新商材の発掘に対する関心を教えてください。(単一回答)

1. とても関心がある
2. 関心がある
3. やや関心がある
4. あまり関心がない
5. 関心がない
6. まったく関心がない

3. 主な輸出先、もしくは輸出を検討している地域を教えてください。(複数回答可)

1. 台湾 2. アメリカ 3. 中国 4. オーストラリア 5. シンガポール
6. 香港 7. タイ 8. カナダ 9. オランダ 10. 韓国
11. ニュージーランド 12. フランス 13. イタリア 14. ベトナム
15. ドイツ 16. 英国 17. マレーシア 18. その他

4. 輸出量の多い国はどこですか。多い順に国を3つ挙げてください。

1.
2.
3.

5. 事業者(蔵元・メーカー)との連携で、どのような情報があれば判断しやすいですか。(複数回答可)

1. 製造商品の一覧 2. 納入可能ロット(月あたり) 3. 商品の酒質
4. 商品の容量 5. 商品のアルコール度数 6. ラベルデザイン 7. 保管時の温度
8. 非尿素生産酵母の使用の有無 9. 製造工程 10. 決済条件
11. 外国語対応の可否 12. 海外との取引実績の有無 13. その他

6. 事業者(蔵元・メーカー)との連携で、事業者が解決すべき課題はどのようなことと思いますか。(複数回答可)

1. 多言語対応 2. 生産数の安定化 3. 生産数の増量
4. 輸出先の嗜好に合わせた商品開発 5. デザイン性 6. 価格調整
7. 酒造ツーリズム等のインバウンド対応 8. 多言語での情報発信 9. その他

7. 輸出に関して、知りたいと思っていることは何ですか。（複数回答可）

1. 現地の輸入業者の詳細情報
2. 海外市場における各種の規制や法律
3. 海外市場における酒税率
4. 海外市場における日本産酒類の市場性
5. 海外市場における商品動向（人気の容量・酒質・デザインなど）
6. 海外市場における嗜好（香りや味の好み・飲み方）
7. 海外市場におけるプロモーションの方法
8. 海外市場における商習慣
9. 同業者の取り組み事例
10. 特にない
11. その他

8. 輸出に関して、課題として感じていることは何ですか。（複数回答可）

1. 現地パートナー選び
2. 輸出に関する各種手続
3. 他言語でのコミュニケーション
4. 海外市場における規制（慣習・宗教・文化等）
5. 海外市場における法規制
6. 海外市場における日本産酒類の市場性
7. 海外市場における商品動向（人気の容量・酒質・デザイン等）の知識不足
8. 海外市場における嗜好（香りや味の好み、飲み方）の知識不足
9. 海外市場における商習慣
10. 為替リスク
11. 資金回収
12. 輸出を担当する人材不足
13. その他

9. どのようなセミナー内容であれば参加したいですか。

10. 貴社の概況についてご記入お願いいたします。

※輸出業歴

11. 貴社の概況についてご記入お願いいたします。

※売上高（年間/単位万円）

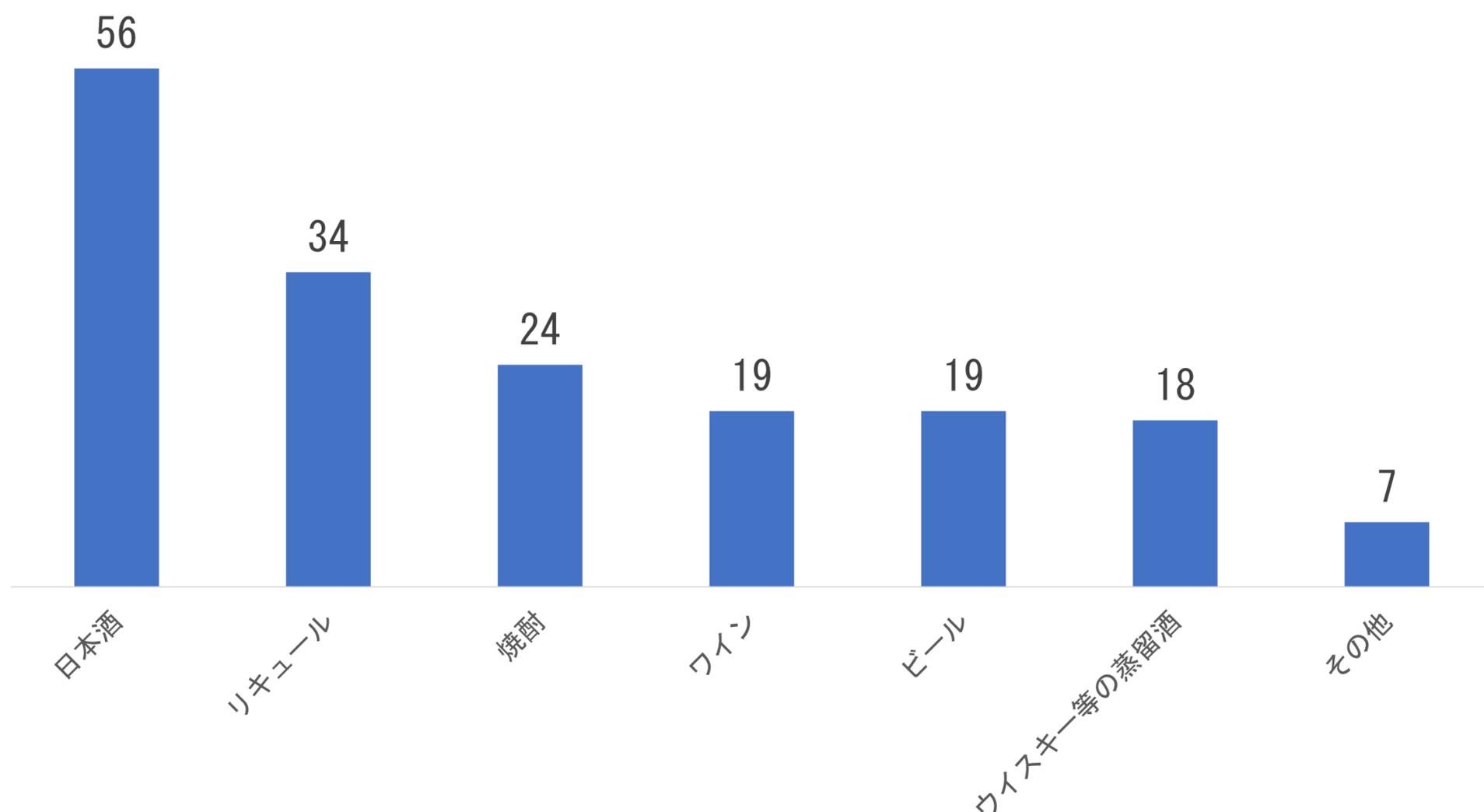
12. 貴社の概況についてご記入お願いいたします。

※商品の平均単価（単位円）

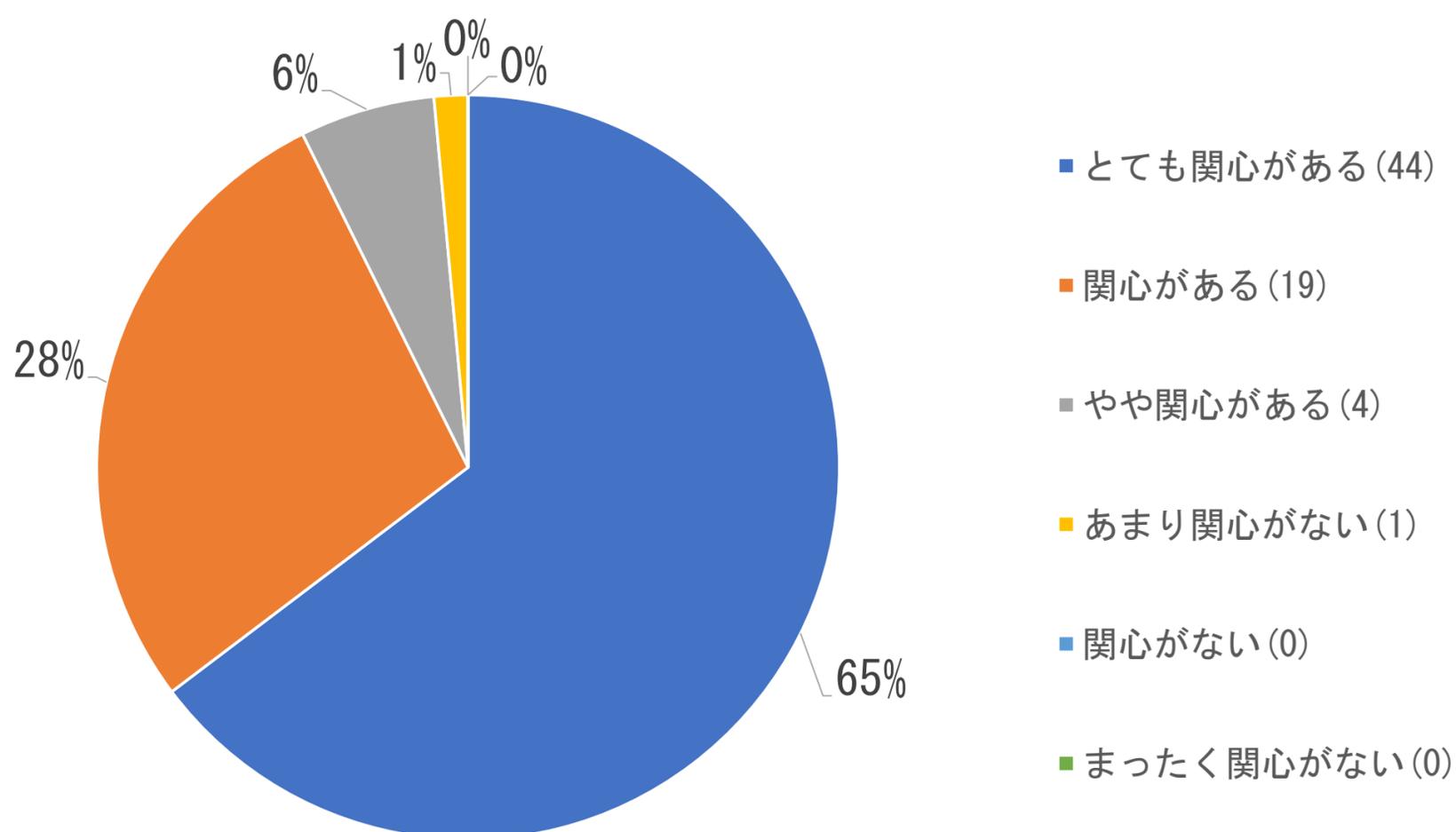
13. 貴社の概況についてご記入お願いいたします。

※酒類の内訳

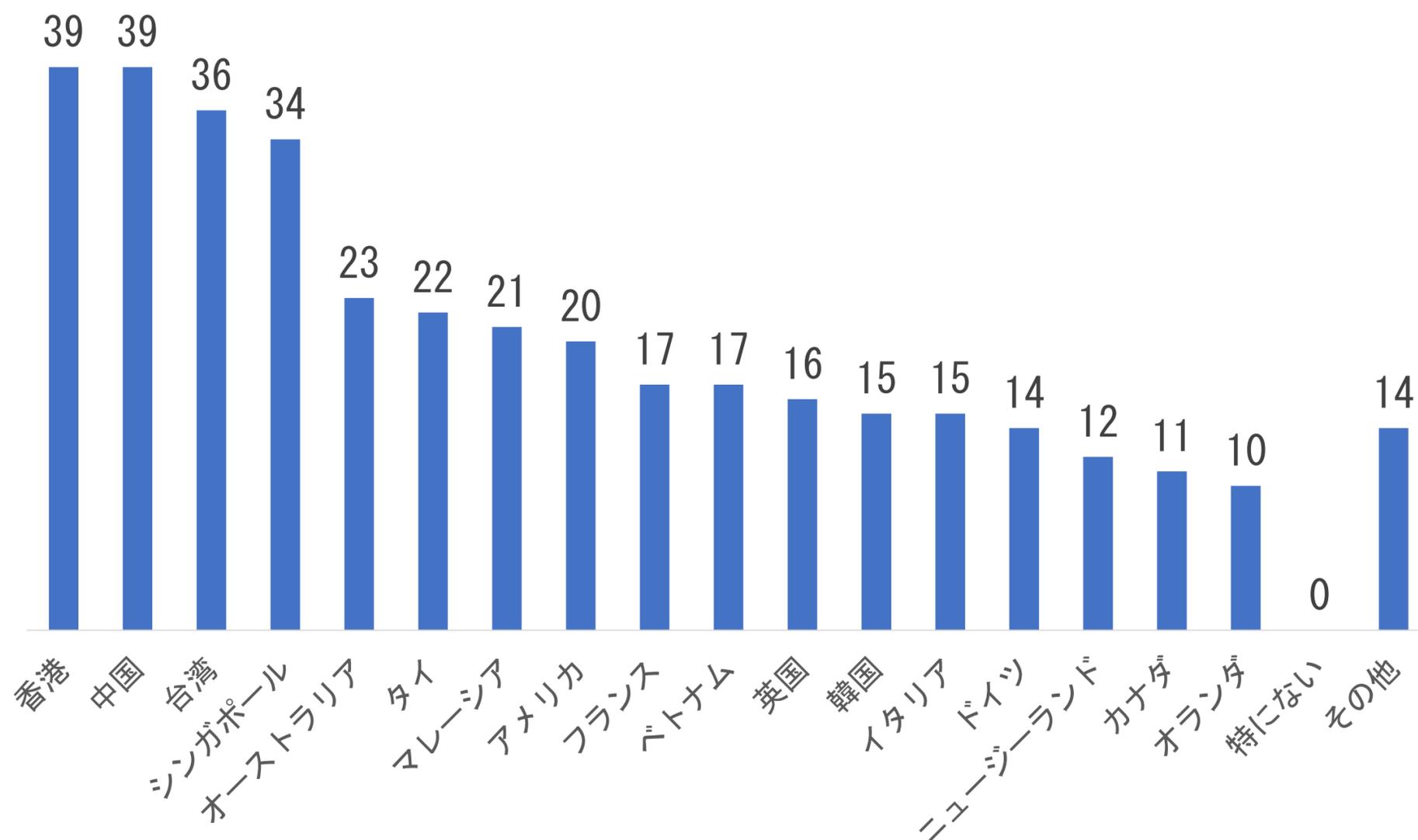
1. 主として取り扱っている酒類は何ですか。(複数回答可)



2. 新商品の発掘に対する関心を教えてください。(単一回答)



3. 主な輸出先、もしくは輸出を検討している地域を教えてください。(複数回答可)



・欧州(フランス、英国、イタリア)について

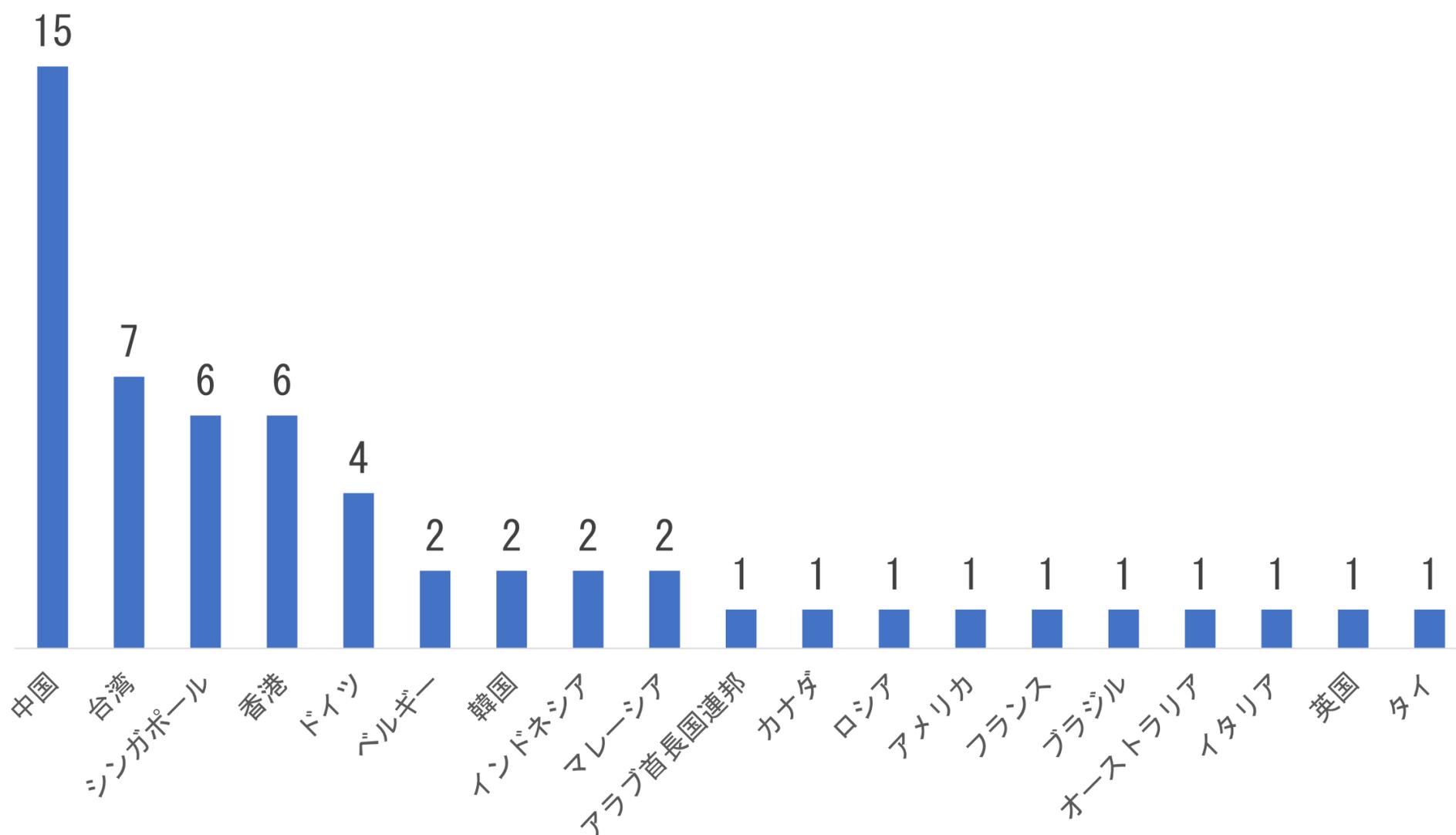
日本産酒類の輸出は少ない傾向にある。欧州に関しては市場が小さいので、酒類製造者が直接取引をするよりも卸売事業者がいろいろな酒類を少量ずつまとめて輸出をするほうが効率がよい。酒類製造者と卸売事業者が協業を行うことが有効である。

・ニュージーランドについて

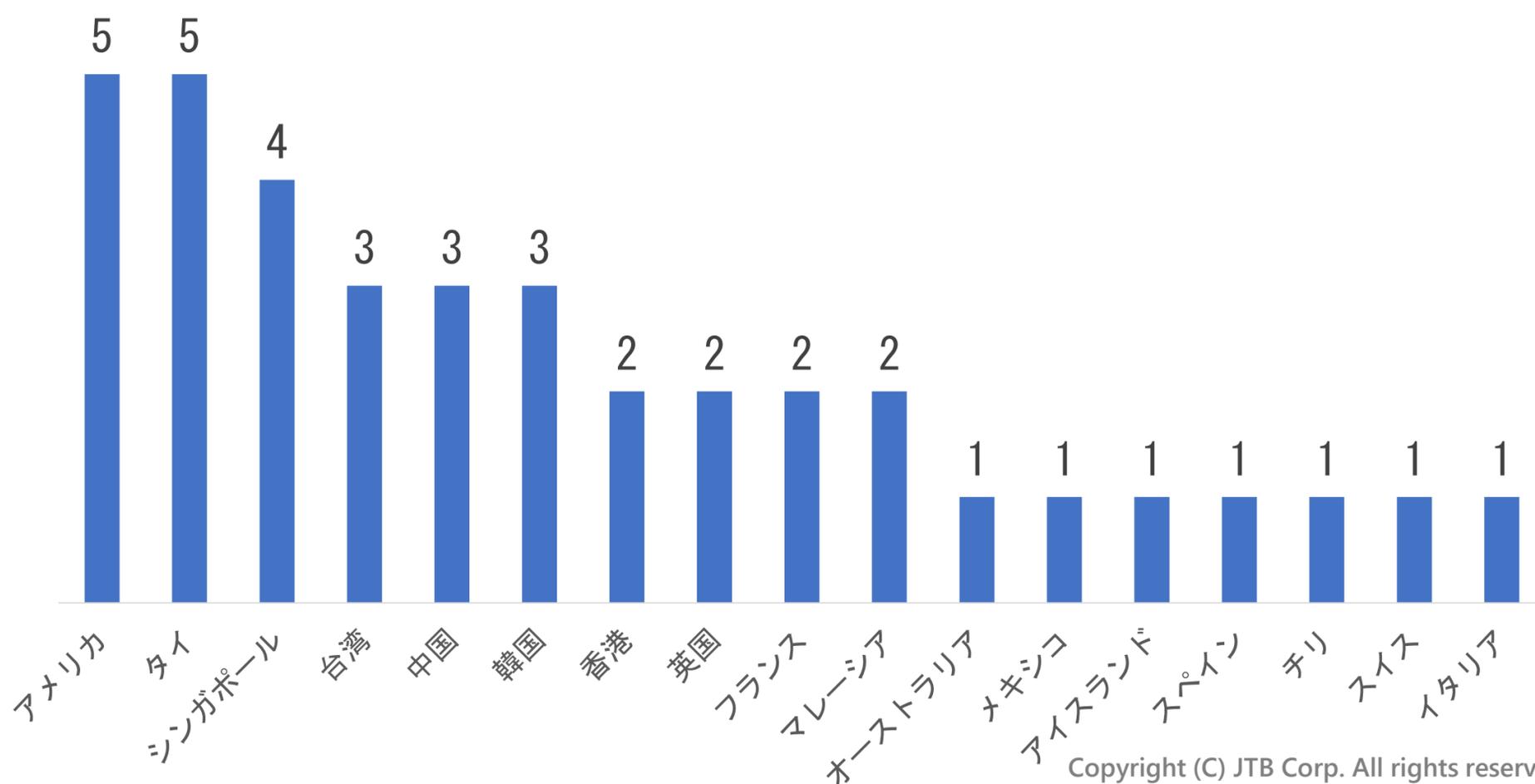
少量多品種の輸出国である。このような国には卸売事業者の活躍する余地が大きい。ニュージーランドのように、まだ市場が大きくない国や地域には、酒類製造者は直接輸出で臨むリスクが大きいため、卸を通じた間接貿易を選ぶ傾向がある。

4. 輸出の多い国はどこですか。多い順に国を3つ挙げてください。

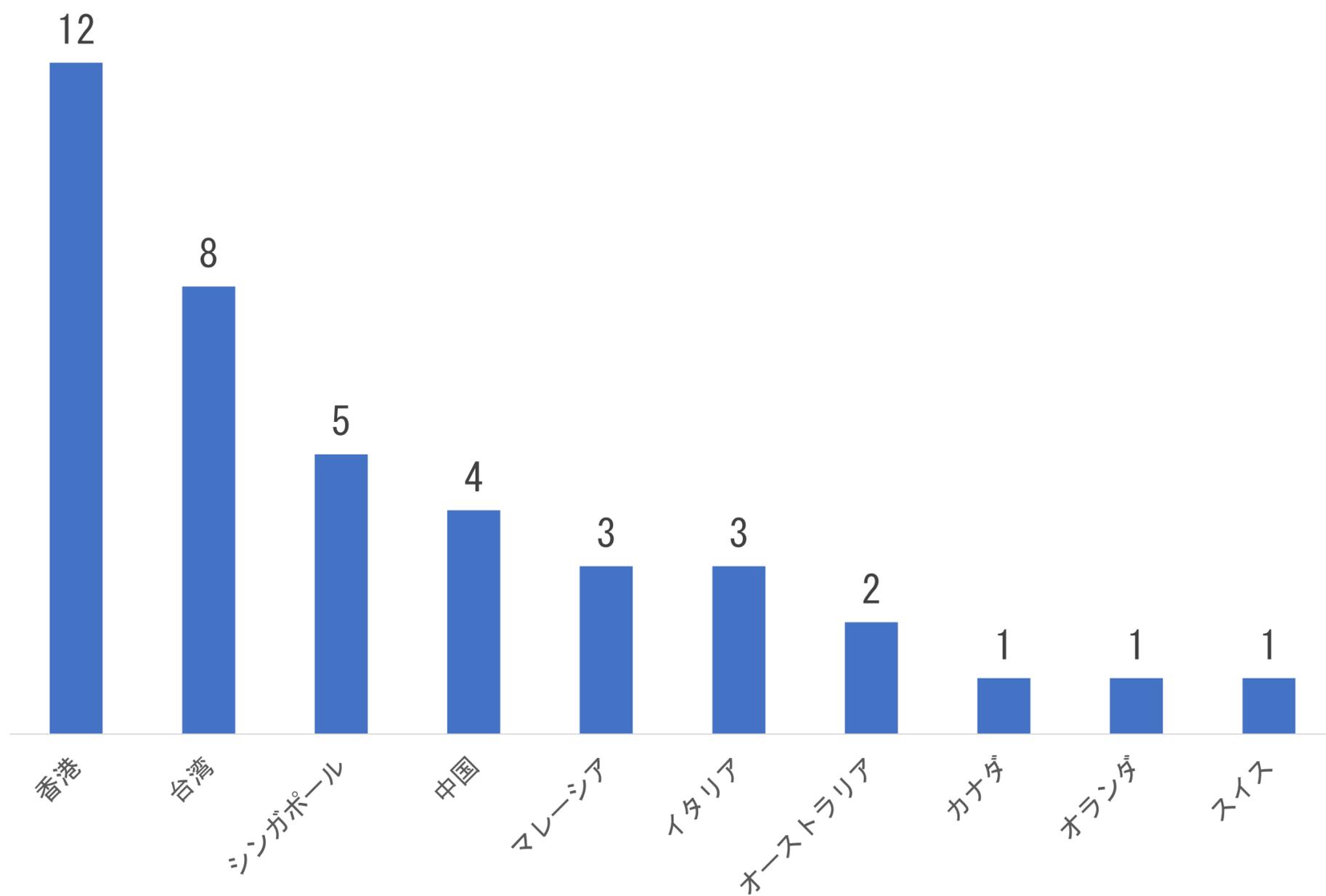
(第1位)



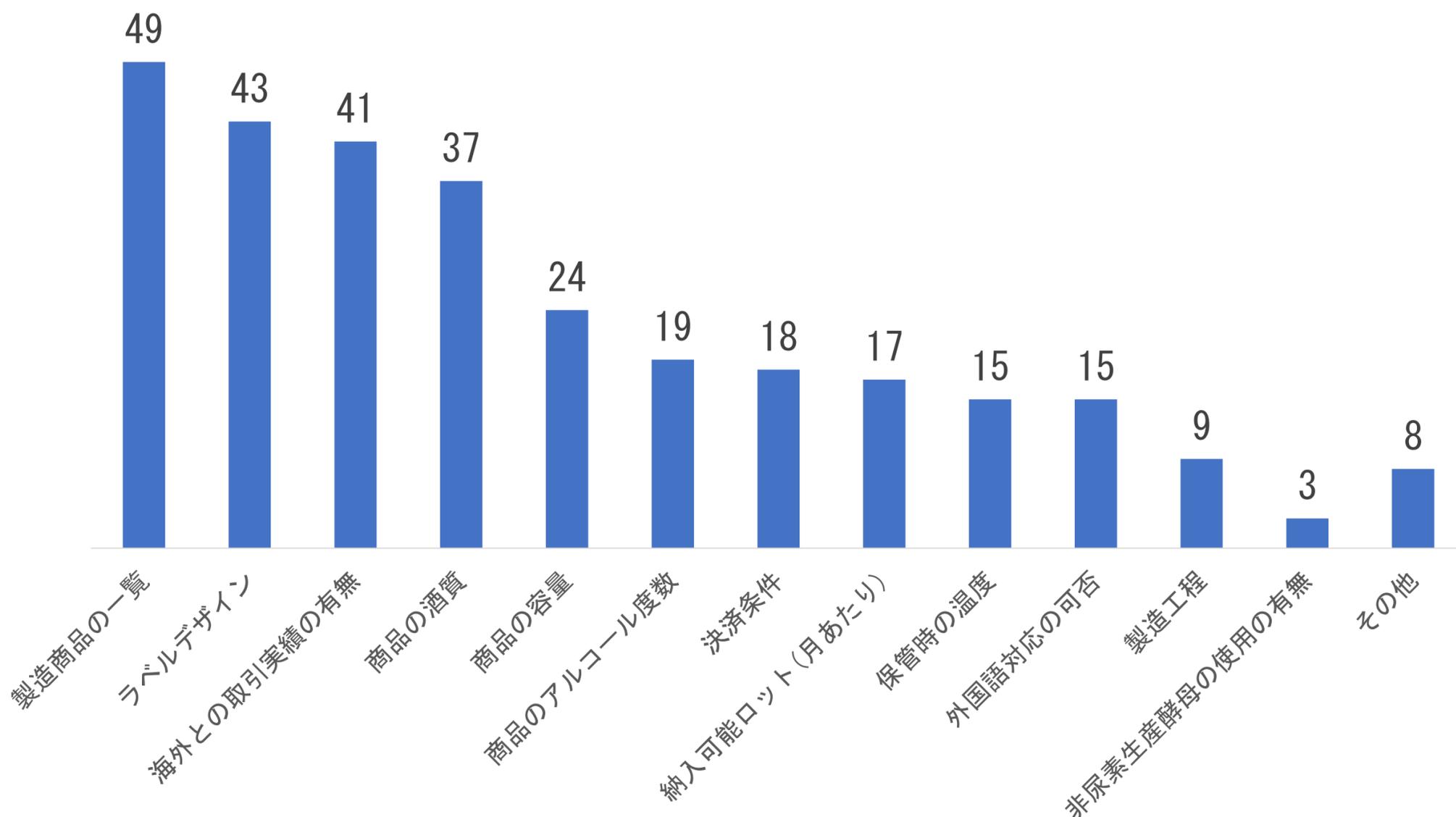
(第2位)



(第3位)



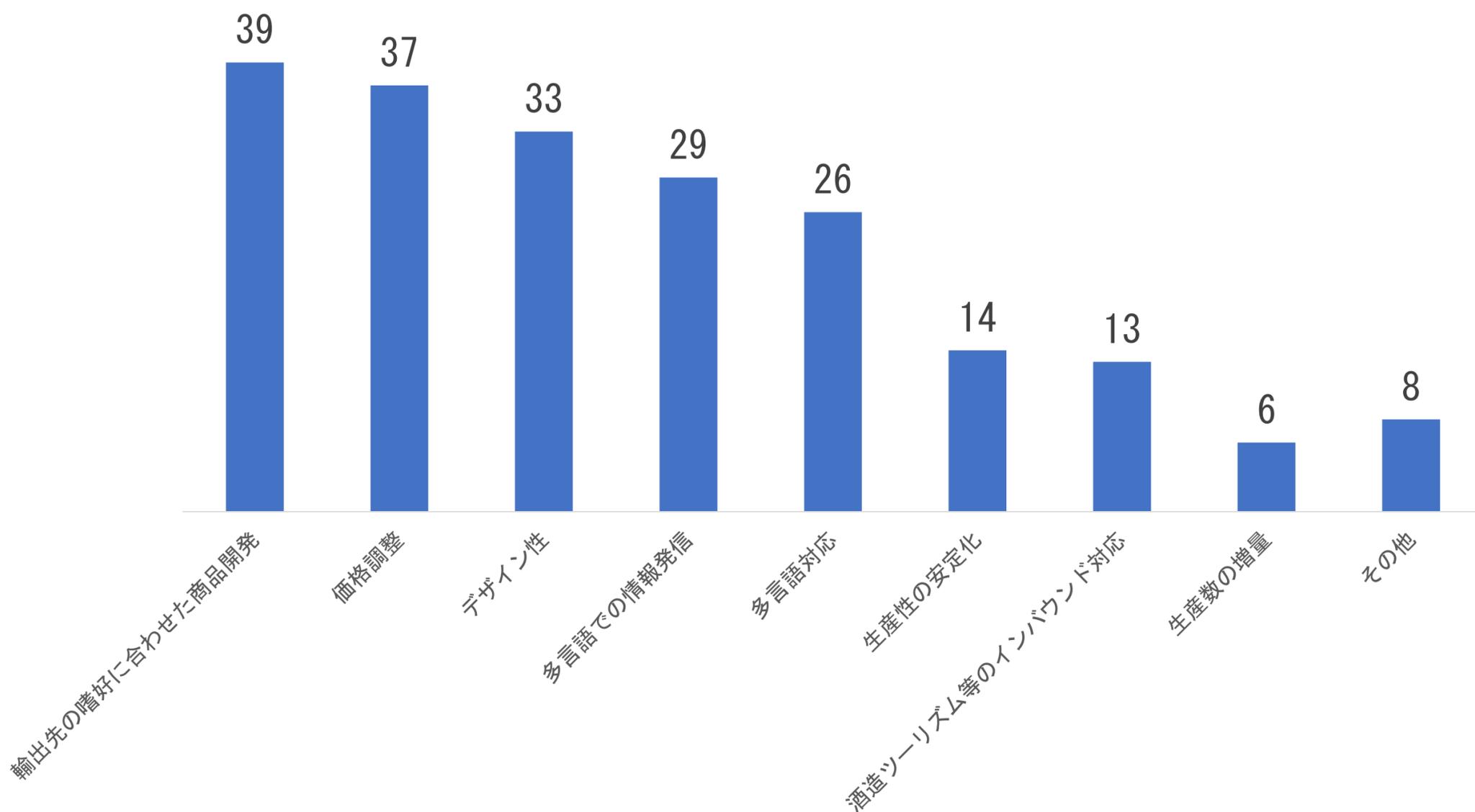
5. 事業者(蔵元・メーカー)との連携で、どのような情報があれば判断しやすいですか。(複数回答可)



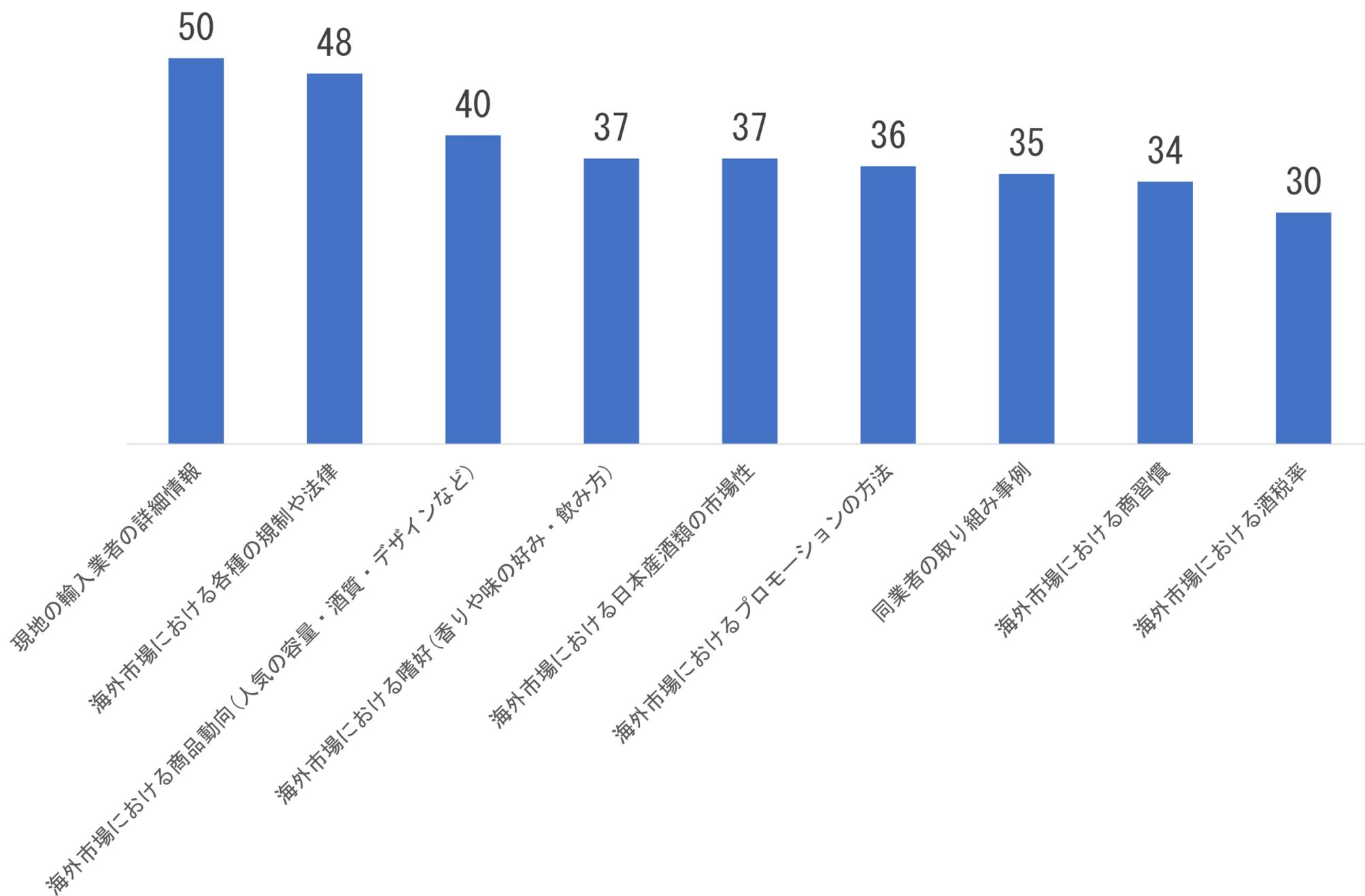
酒類製造者の会社体制(決済条件、納入可能ロット、外国語対応等)よりも、取扱う商品(製造商品の
一覧、ラベルデザイン、商品の酒質等)を重視している卸売事業者が多い。

現地で好まれるラベルデザインであることや、輸出地域でよく飲まれている酒類の取扱や容量に対
応できる等、柔軟な対応が可能な酒類製造者とのマッチングを望む卸売事業者が多い傾向にある。

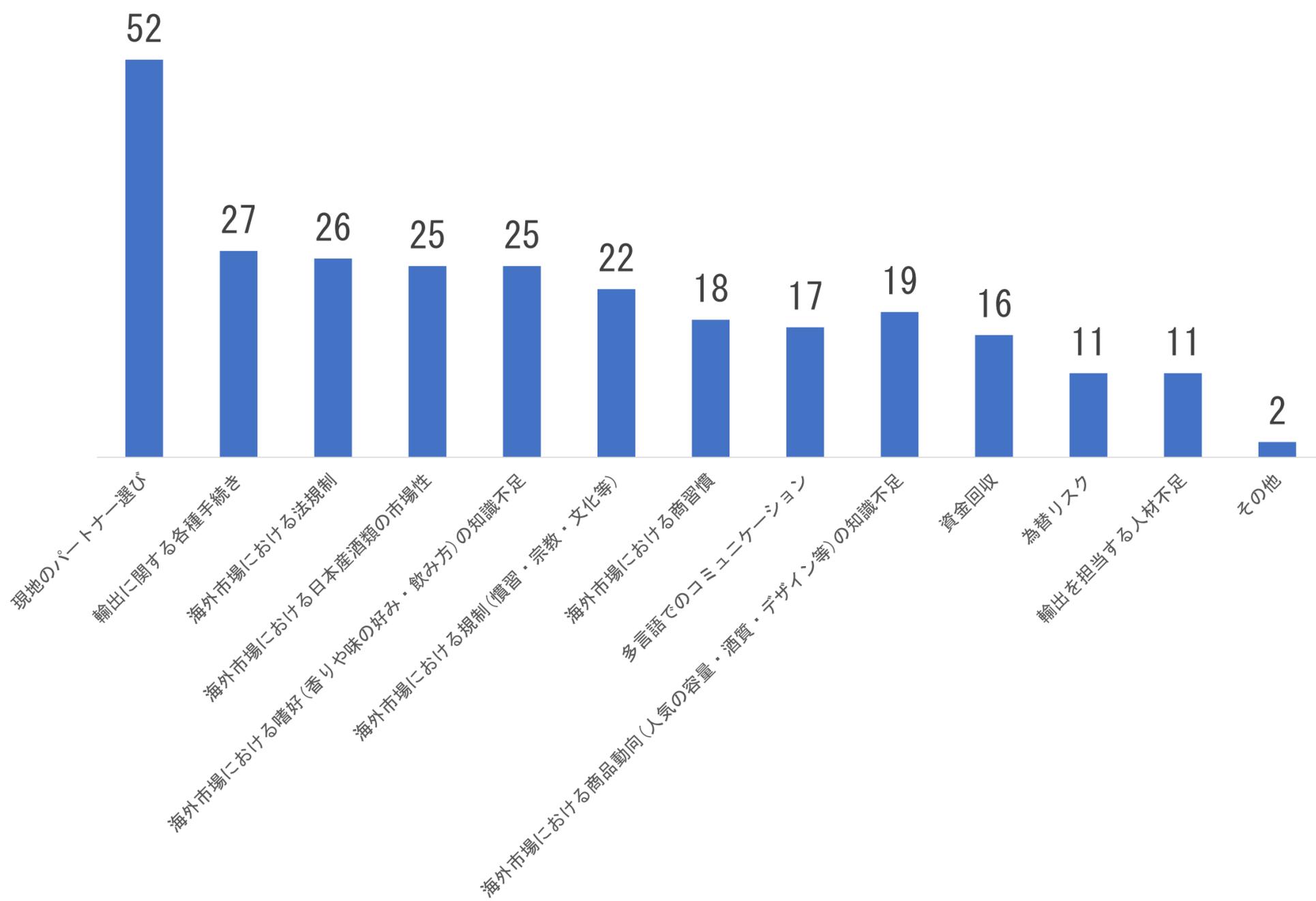
6. 事業者(蔵元・メーカー)との連携で、事業者が解決すべき課題はどのようなことと思いますか。(複数回答可)



7. 輸出に関して、知りたいと思っていることは何ですか。(複数回答可)

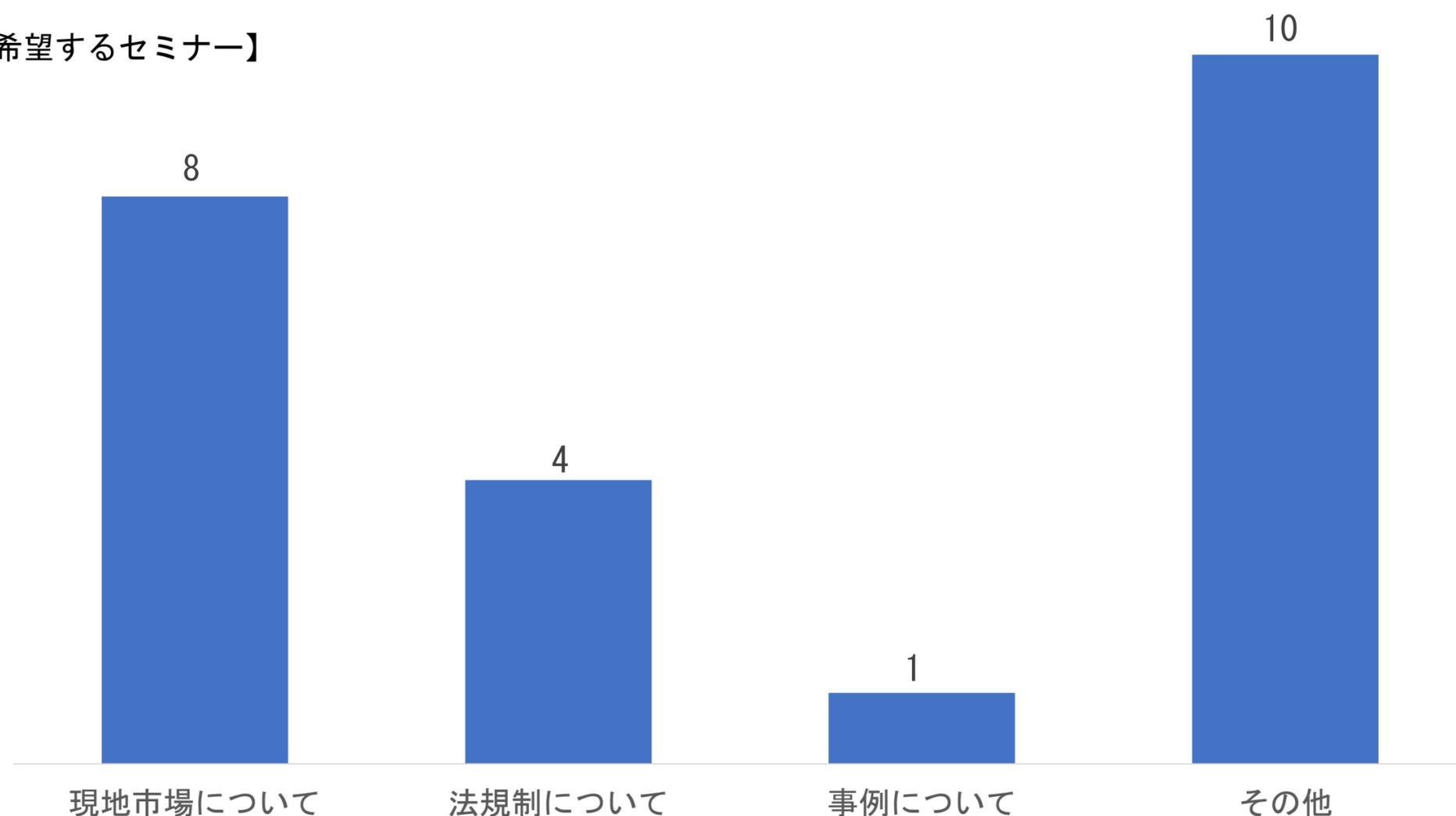


8. 輸出に関して、課題と感じていることは何ですか。(複数回答可)



9. どのようなセミナー内容であれば参加したいですか。

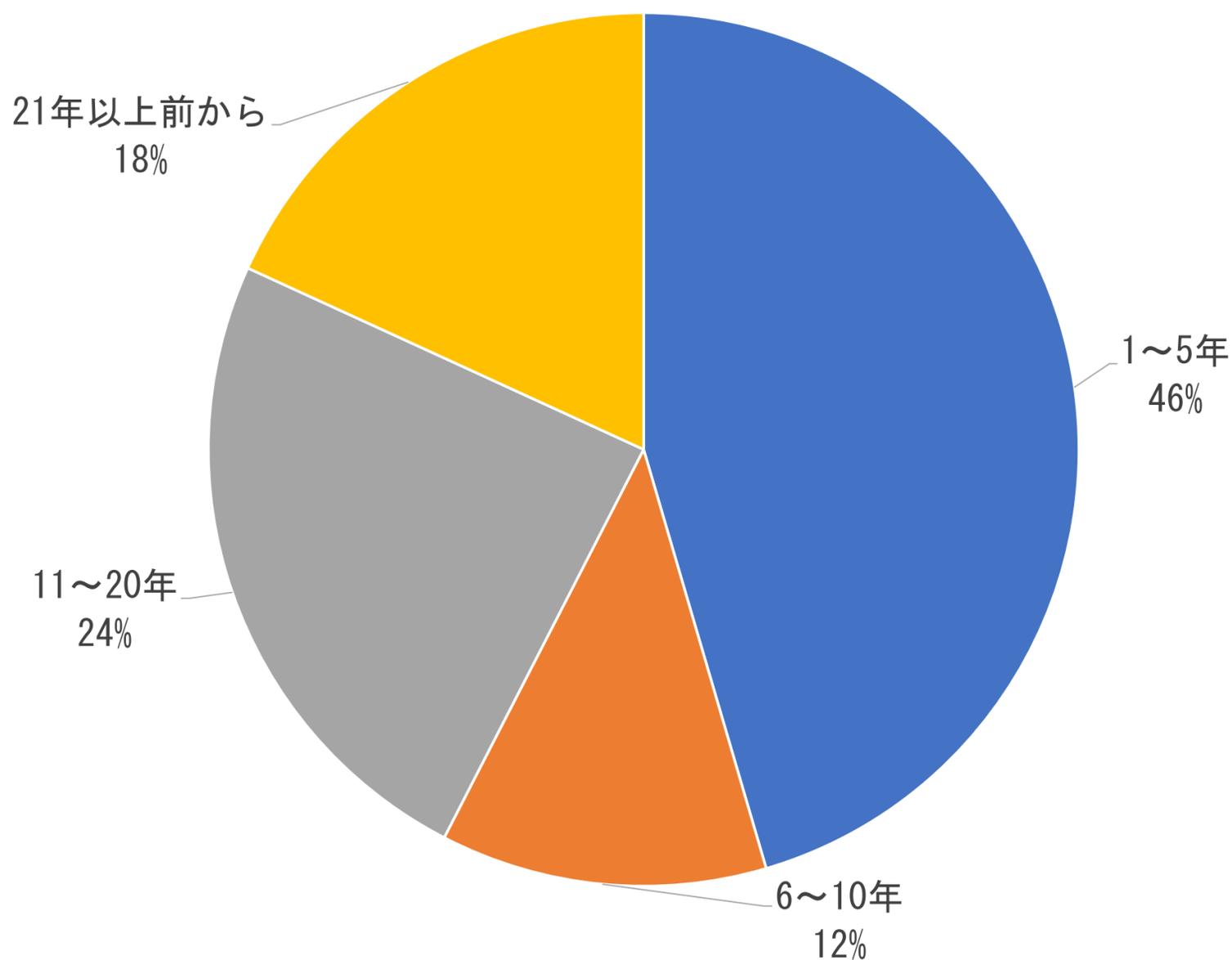
【希望するセミナー】



(その他回答)

- ・ 商談スキルの向上やブランディングの観点かで見えた魅力的な商品・メーカーの紹介について。
- ・ どのような方法で現地パートナーを見つけパイプを太くするのか。
- ・ 新たに参入するにあたりライバル企業とどう差別化を図るのか。
- ・ 蔵元との直接取引契約に向けた交渉準備について。
- ・ 酒類業界事情として押さえておくべきこと、インバウンド事情について。
- ・ 現地輸入者・ディストリビューターが日本の酒造メーカーに期待すること。
- ・ 現地のプロモーションの仕方について。
- ・ ワインやウイスキーといった他の国のお酒はどの様に世界に広めていったのか。
また歴史やマーケティング戦略について。
- ・ 果実酒、ビール、ウイスキー蔵元が参加する参加セミナー。専売契約ではなく、少ロットスタートが可能なセミナー。
- ・ 現実的な売買の実態。

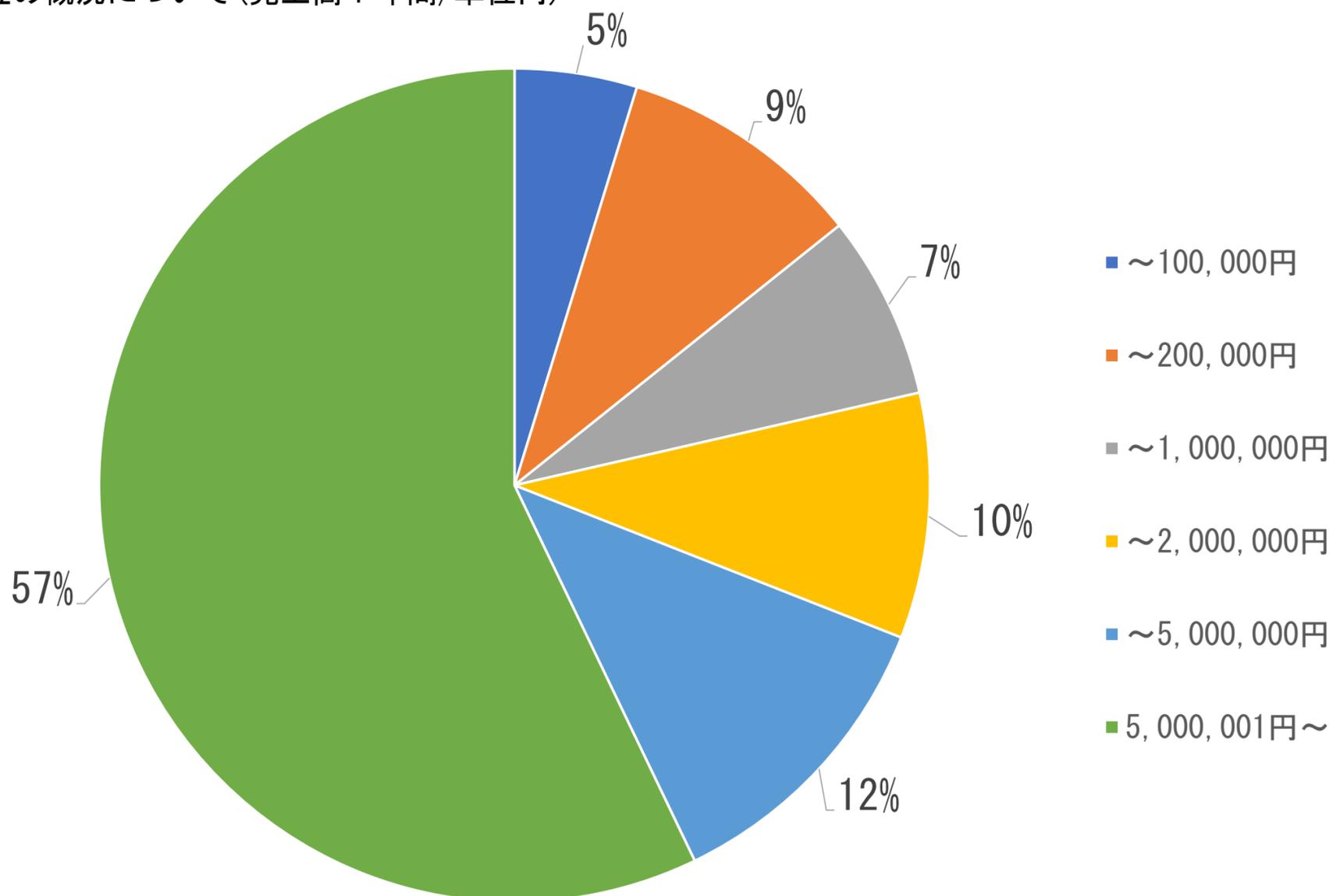
10. 貴社の概況について(輸出業歴)



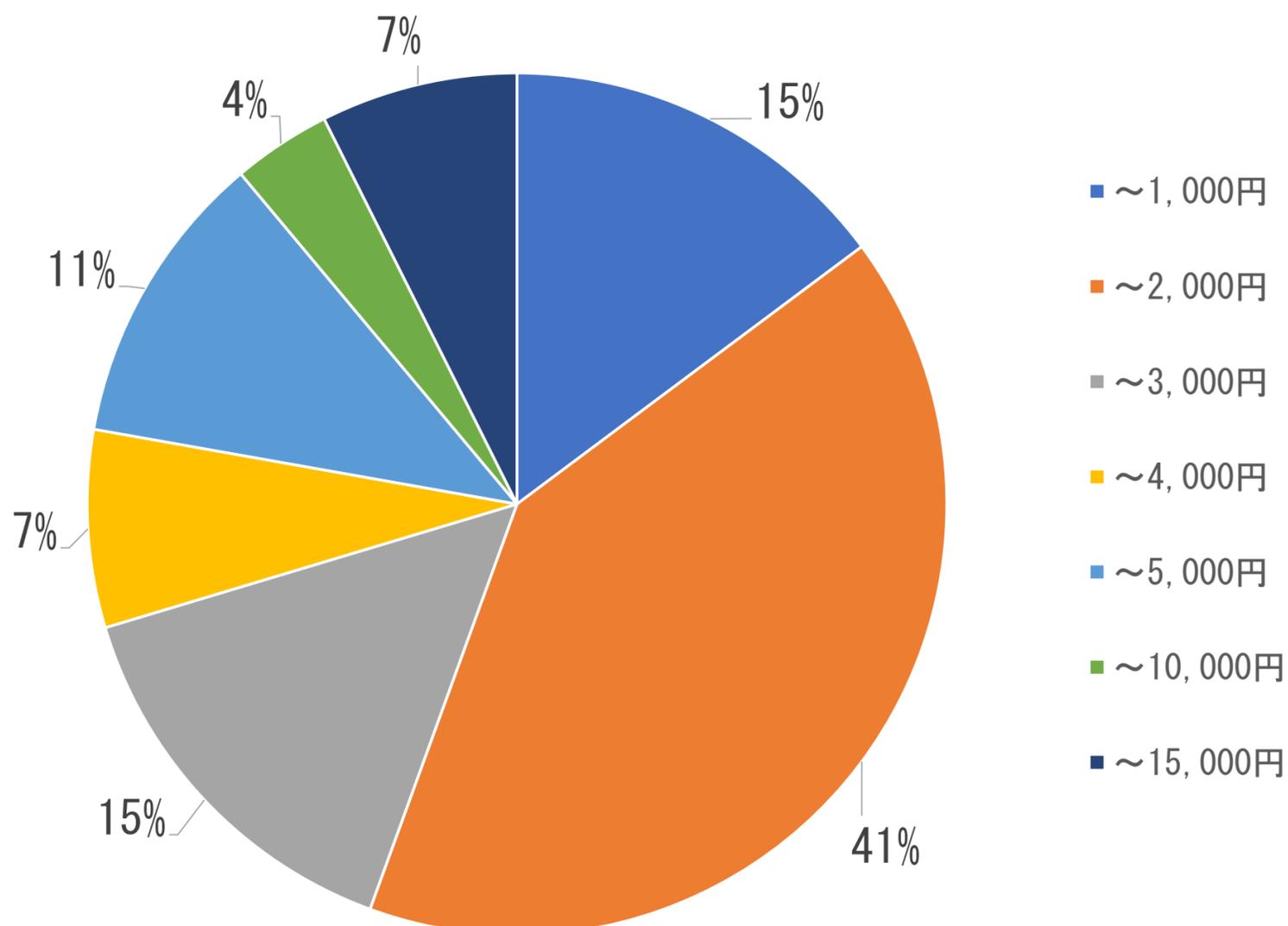
(その他回答)

- ・ アルコールは日本酒のみ輸出している。
- ・ 欧州を中心に日本酒を輸出している。
- ・ マレーシアにウイスキーを輸出している。
- ・ 現行では主に食材加工品・生鮮日本食材を輸出している。
- ・ 焼酎をはじめとした酒類の輸出を行っている。
- ・ シンガポール、マレーシア、香港、中国、ベルギー、イギリスとの商談実績あり。
- ・ 現在、ベルギー向け取引継続中。
- ・ ロシア、シンガポール、ベトナム、中国、台湾、マレーシアへの実績あり。
- ・ 中国向けに日本酒、焼酎、リキュール。
- ・ 日本酒をドイツへ輸出している。
- ・ 韓国向け輸出の手続き中。
- ・ 日本産の食品、化学品、中古品などを主にマレーシア中心に輸出（マレーシアに現法あり）している。

11. 貴社の概況について(売上高：年間/単位円)



12. 貴社の概況について(商品の平均価格：単位円)



13. 貴社の概況について(酒類の内訳)

日本酒、リキュール	5社
日本酒、リキュール、焼酎	4社
日本酒、リキュール、焼酎、その他	4社
日本酒のみ	2社
日本酒、ワイン	2社
焼酎、リキュール、ウイスキー、ジン、スピリッツ	2社
日本酒、甘酒	1社
日本酒、その他	1社
日本酒、どぶろく、ワイン	1社
日本酒、リキュール、焼酎、スピリッツ、クラフトビール、他	1社
日本酒、リキュール、焼酎、スピリッツ、クラフトビール	1社
日本酒、焼酎、ウイスキー、果実酒	1社
日本酒、焼酎、ワイン、ビール、食品など	1社
日本酒、焼酎、みりん、ビール、果実酒、ウイスキー、スピリッツ	1社
日本酒、リキュール、焼酎、クラフトビール、ウイスキー、ワイン	1社
ウイスキー、リキュール	1社
ウイスキーのみ	1社
琉球泡盛のみ	1社
全酒類、飲料、調味料	1社

4. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。
- ① 予定があれば参加したい
 - ② 内容による
 - ③ 参加しない
5. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)
- ① 海外の市場動向
 - ② 現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
 - ③ 海外市場における日本産酒類の市場性
 - ④ 海外市場における嗜好
 - ⑤ 海外市場におけるプロモーション方法
 - ⑥ 海外市場における商習慣
 - ⑦ 同業者の取組事例
 - ⑧ 海外までの輸送方法
 - ⑨ 輸出に関する各種手続き
 - ⑩ 海外市場における各種の規制や法律

6. Q5 に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

7. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)
- ① 輸出について前向きになった
 - ② これまで通りで、特に新たな展開を考えていない
 - ③ 輸出は難しいと考えるようになった
 - ④ 何か新しい展開を考える気になった

8. セミナーの形式について考えをお聞かせください。
- ⑤ 対面式の方が参加しやすい
 - ⑥ オンライン形式の方が参加しやすい
 - ⑦ どちらでも良い

9. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

※ 専門家による個別相談（対面又はオンライン（電話、ビデオ会議システム））も随時受け付けております。どうぞお気軽にご相談ください。

▼セミナーアンケートの回収率

実施日	実施方式	参加人数	回収数（途中退席を除く）	回収率
2020年7月29日	トークネットホール仙台	23	23	100%
2020年8月19日	新潟朱鷺メッセ	9	9	100%
2020年8月26日	オンライン	26	19	73%
2020年9月30日	オンライン	55	31	56%
2020年10月14日	オンライン	47	31	65%
2020年10月28日	オンライン	42	27	64%
2020年11月11日	オンライン	51	28	54%
2020年11月25日	オンライン	44	21	47%
2020年12月9日	オンライン	49	21	42%
2020年12月16日	オンライン	58	34	58%
2021年1月27日	オンライン	20	13	65%
2021年2月10日	オンライン	40	17	42%
2021年2月24日	オンライン	49	30	61%

▼アンケート結果

(仙台、新潟) 2020年7月29日(水)～2020年8月19日(水) 全2回

	業種			セミナー内容				講師の説明				今後も参加 したいか			今後の事業展開 (複数回答)				セミナー形式		
	製造業	販売業	その他	とても参考になった	参考になった	全く参考にならなかった	大変わかりやすい	わかりやすい	わかりにくい	大変わかりにくい	予定が合えば参加したい	内容による	参加しない	輸出について前向きになった	これまで通りでよい	輸出は難しいと考えるようになった	新しい展開を考えるようになった	対面の方がよい	オンラインの方がよい	どちらでもよい	
7月29日	17	4	2	7	15	1	0	13	10	0	0	16	7	0	18	0	0	7	6	5	12
8月19日	5	3	1	12	4	1	1	11	6	1	0	4	4	1	7	1	0	1	3	1	5

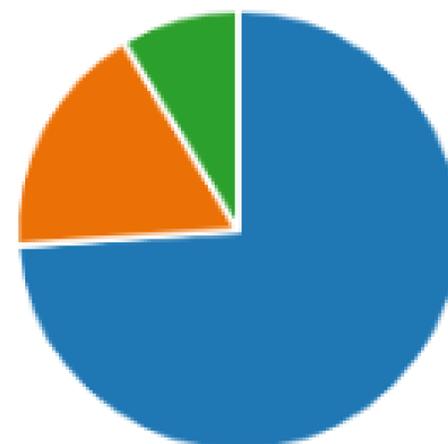
(オンライン) 2020年8月26日(水)～2021年2月24日(水) 全11回

	業種			セミナー内容(酒類)				セミナー内容(国別)				セミナー内容(その他)				講師の説明				今後も参加したいか			今後の事業展開(複数回答)				セミナー形式		
	製造業	販売業	その他	とても参考になった	参考になった	参考にならなかった	全く参考にならなかった	とても参考になった	参考になった	参考にならなかった	全く参考にならなかった	とても参考になった	参考になった	参考にならなかった	全く参考にならなかった	大変わかりやすい	わかりやすい	わかりにくい	大変わかりにくい	予定が合えば参加したい	内容による	参加しない	輸出について前向きになった	これまで通りでよい	輸出は難しいと考えるようになった	新しい展開を考えるようになった	対面の方がよい	オンラインの方がよい	どちらでもよい
8月26日	12	4	3	7	12	0	0	13	6	0	0	-	-	-	-	21	15	2	0	15	4	0	11	3	0	8	2	8	9
9月30日	18	7	6	11	19	1	0	16	13	2	0	-	-	-	-	25	35	2	0	26	5	0	23	3	0	7	1	23	7
10月14日	19	7	5	12	14	5	0	10	14	7	0	-	-	-	-	23	34	5	0	21	9	1	20	7	0	5	0	20	11
10月28日	17	5	5	7	19	1	0	9	16	2	0	-	-	-	-	19	34	1	0	19	8	0	18	7	0	5	2	21	4
11月11日	16	7	5	9	17	2	0	12	15	1	0	-	-	-	-	16	37	3	0	18	10	0	22	3	0	5	0	21	7
11月25日	11	4	6	10	10	1	0	11	10	0	0	-	-	-	-	24	18	0	0	15	6	0	13	4	0	7	0	18	3
12月9日	14	5	2	10	10	1	0	8	13	0	0	-	-	-	-	23	18	1	0	17	4	0	14	2	0	5	0	17	4
12月16日	21	9	4	11	20	3	0	14	15	5	0	-	-	-	-	27	41	0	0	22	10	2	24	6	0	6	0	25	9
1月27日	9	3	1	4	7	2	0	4	7	2	0	-	-	-	-	6	18	2	0	11	2	0	10	1	0	2	0	9	4
2月10日	10	5	2	8	7	2	0	8	6	2	1	-	-	-	-	13	15	5	1	15	2	0	10	2	0	6	0	11	6
2月24日	20	6	4	-	-	-	-	19	11	0	0	20	51	16	3	40	70	9	1	20	10	0	24	2	1	6	0	22	8

▼仙台：2020年7月29日（水）

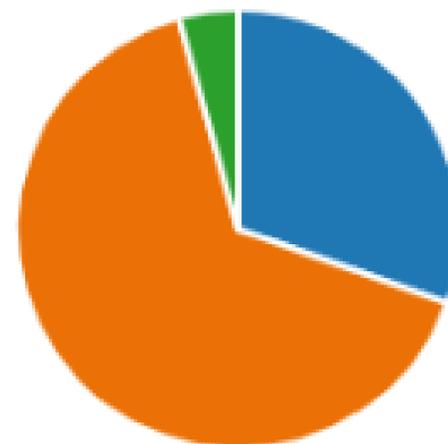
1. 業態を以下よりお選びください。

 ①製造業	17
 ②販売業	4
 ③その他	2



2. 本日のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

 ①とても参考になった	7
 ②参考になった	15
 ③参考にならなかった	1
 ④まったく参考にならなかった	0



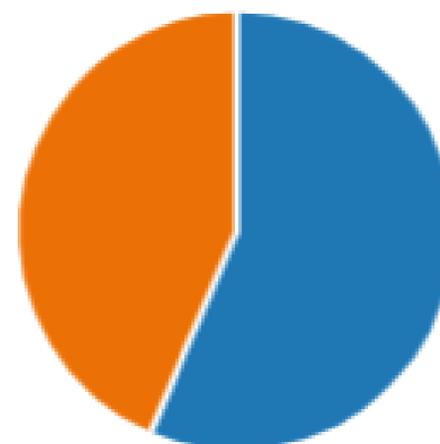
3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 欧州でのマーケット情報、ニーズについて参考になった。
- ・ 輸出を行う上で必要な知識が整理できた。
- ・ 商社の分類について整理できた。
- ・ 今までの大手問屋のイメージとは違い、弊社のような小さな酒蔵が目指す所と通じるものが多く、輸出拡大の為にぜひお取引をしていきたいと感じた。
- ・ 輸出のポイントなどがわかりやすかった。
- ・ 海外の現地方々からすれば地道な活動の肝に当たる所なので、疎かに出来ないという事が参考になった。
- ・ 海外市場から見た日本酒の立場や海外の現地の方々のイメージを工夫によって変えていく話に興味を湧いた。
- ・ ドイツ市場の現状がわかりやすかった。

- ・ 日本酒を海外で価値を上げ、それを日本へフィードバックすること、また海外には日本のマーケットにとっても大きなヒントが転がっているという言葉、また酒類だけでなくアニメや音楽など掛け算の組み合わせがポイントという話が特に参考になった。
- ・ 輸出の基本的な事がわかった。ドイツでの現場の状況が理解できた。
- ・ 輸出に関してのマーケティングや自社のビジョンの構築の必要性、海外在中の経験を踏まえたお話が参考になった。
- ・ 輸出の進め方、なぜ輸出に取り組むのか、輸出を始めるにあたって取引相手、輸入会社等、相手を選ぶなど細部にわたり具体的に話があり参考になった。特に自社としてのビジョン、計画の重要性、相手方の情報収集(マーケティング)はあらためて考えるべき事項と感じた。
- ・ 輸入者がカバーしているエリアを意識していなかったのが今後に活かしたい。
- ・ 酒屋萬流のアップデートという考え方に共感できた。
- ・ 実際に活動してみたの大変さ、可能性等、現地での活動の生の声を聞いたのは参考になった。
- ・ 相手を選ぶポイントや、ファン造りのための戦略など。分かりやすく参考になった。
- ・ 海外における拡売の実態、輸出手続きの実際、実務を担った講師の話は大変参考になった。

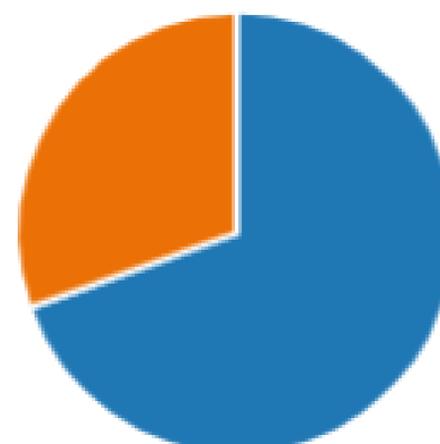
4. セミナー講師の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	13
	②わかりやすい	10
	③わかりにくい	0
	④大変わかりにくい	0



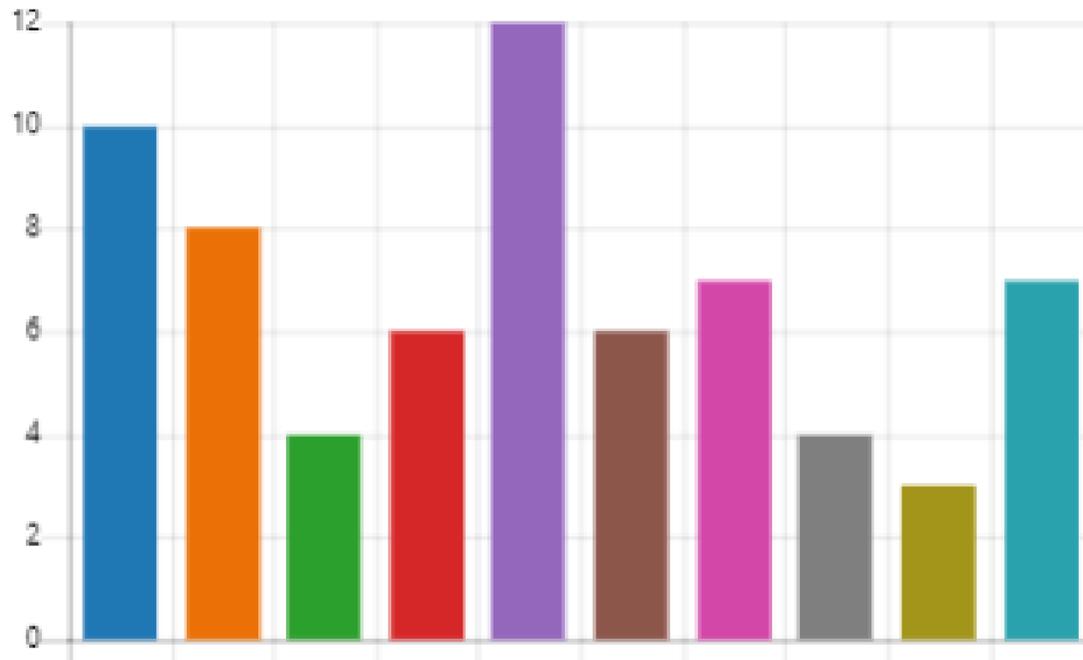
5. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

	①予定があれば参加したい	16
	②内容による	7
	③参加しない	0



6. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

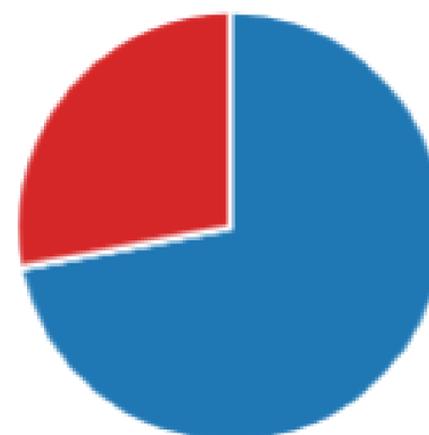


7. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・パートナーの見つけ方、有効なプロモーションなど事例を含めて聞きたい。
- ・ワインに対する情報提供がほしい。
- ・同業者の取組事例は特に興味がある。機会があればお願いしたい。
- ・テキスト的な内容でなく、現地、現場の人の生の声を多く聞いてみたい。

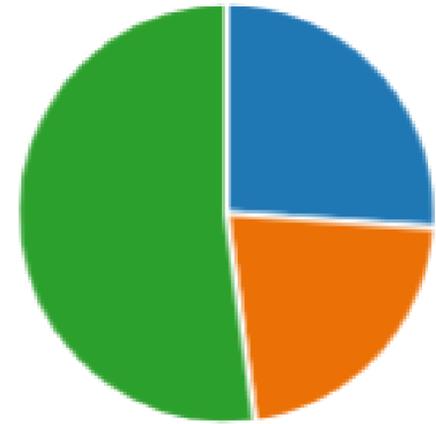
8. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

- ①輸出について前向きになった 18
- ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない 0
- ③輸出は難しいと考えるようになった 0
- ④何か新しい展開を考える気になった 7



9. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	6
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	5
● ③どちらでも良い	12



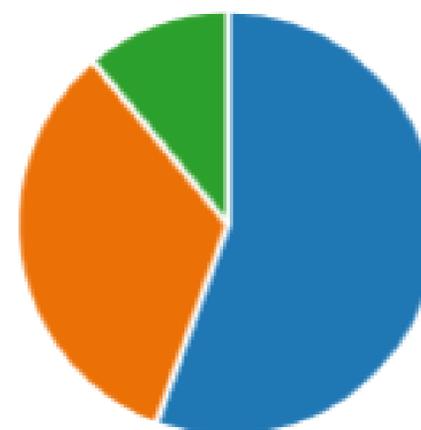
10. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ ワインの輸出に関する各種手続きの具体的な情報提供がほしい。
- ・ 商談会は様々な意見交換ができてよい。商談会を通して次に繋げていきたい。
- ・ コロナでまだまだ状況がわからないので、オンラインで開催がありがたい。

▼新潟：2020年8月19日（水）

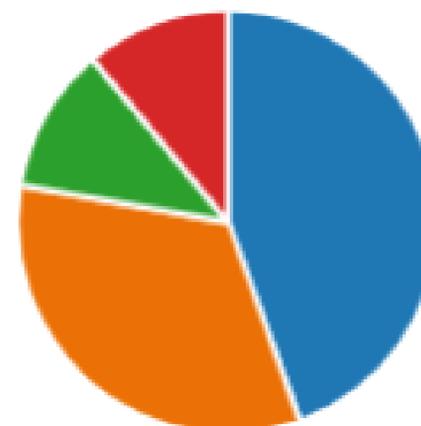
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	5
	②販売業	3
	③その他	1



2. 松崎晴雄「最近の海外市場とコロナ後の展望」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	4
	②参考になった	3
	③参考にならなかった	1
	④まったく参考にならなかった	1

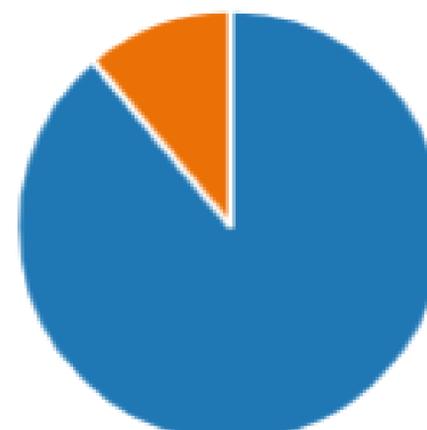


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・各国の市場、味の好み等、今後の市場が参考になった。
- ・世界の動向から具体的な商談のポイント等、とてもわかりやすかった。
- ・想像した以上にたくさんの知識を共有いただき感動した。世界の現状と変化などとても参考になった。

4. 遊佐勇人「同業者の取り組み事例」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	8
	②参考になった	1
	③参考にならなかった	0
	④まったく参考にならなかった	0

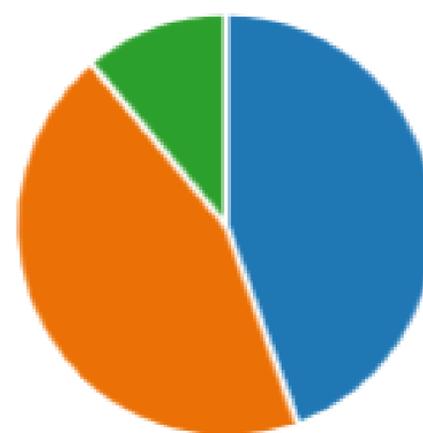


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 同業ならではの目線で話が参考になった。
- ・ これほどたくさんの国を実践されて、経験の豊富さに感動した。
- ・ 新しい市場を作っていく目標が素晴らしいと感じた。
- ・ 輸出先の国民性、地域性等を十分考慮してアプローチすべきとの話しがよく理解できた。
- ・ 日本人、業界人として清酒輸出の情熱を感じた。
- ・ 各国の状況の違いは興味深く聞いた。世界各国に話題が飛びすぎた。特定国について詳しく聞きたかった。

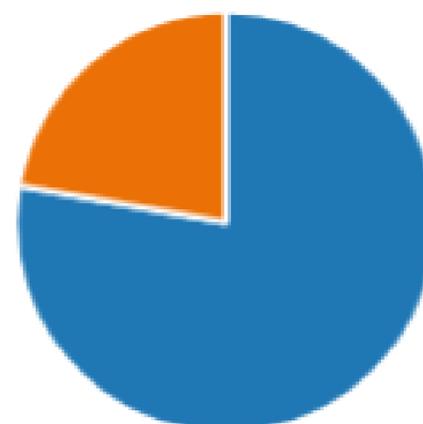
6. 松崎晴雄の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	4
	②わかりやすい	4
	③わかりにくい	1
	④大変わかりにくい	0



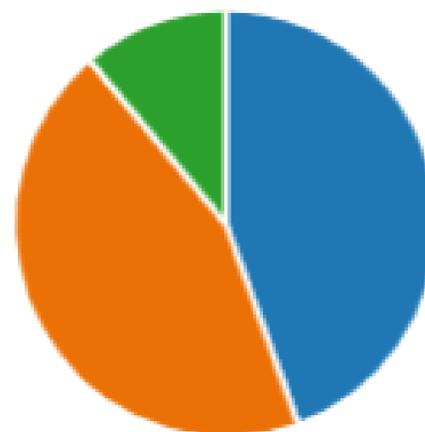
7. 遊佐勇人の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	7
	②わかりやすい	2
	③わかりにくい	0
	④大変わかりにくい	0



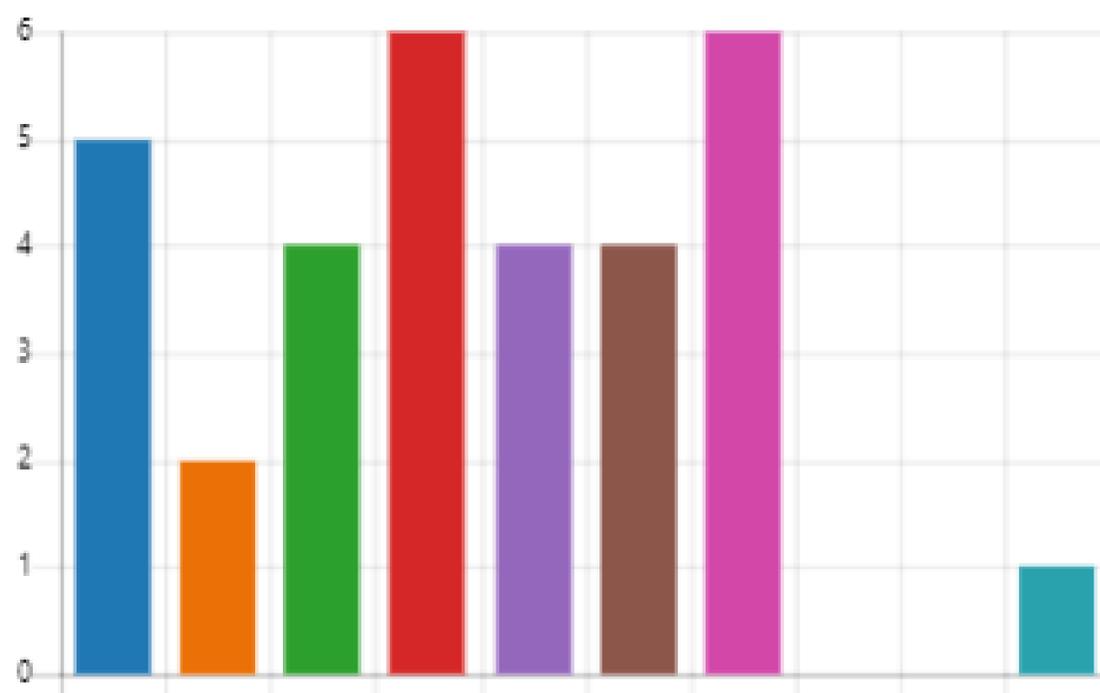
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

- ①予定があれば参加したい 4
- ②内容による 4
- ③参加しない 1



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

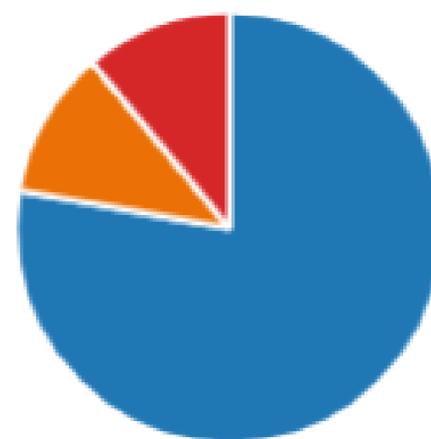


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・説明が難しい種類のお酒をどう現地人に説明すれば良いのか、実例を聞きたい。
- ・特定の市場2つ程度に絞って詳しく聞きたい。

1 1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

- ①輸出について前向きになった 7
- ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない 1
- ③輸出は難しいと考えるようになった 0
- ④何か新しい展開を考える気になった 1



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

- ①対面式の方が参加しやすい 3
- ②オンライン形式の方が参加しやすい 1
- ③どちらでも良い 5



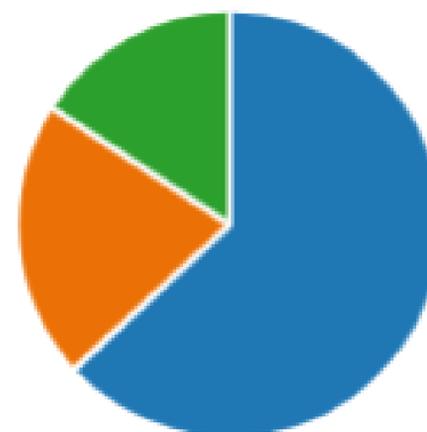
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・日本酒以外に、果実酒、日本産ワインなどの酒蔵さんもお会いしたい。

▼オンライン：2020年8月26日（水）

1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	12
	②販売業	4
	③その他	3



2. 松崎晴雄「海外市場における日本産酒類の動向、オンライン商談時代の対応方法」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	7
	②参考になった	12
	③参考にならなかった	0
	④まったく参考にならなかった	0

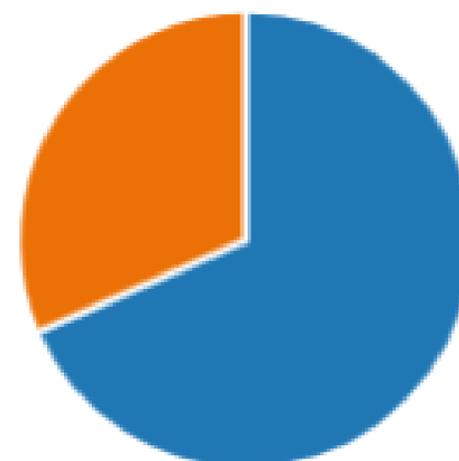


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・映像の準備などの重要性も知ることができた。
- ・実際の具体例を多く交えての内容だったのでわかりやすかった。
- ・コロナ禍での最新の市場動向は参考になった。
- ・今後オンライン商談が増えるであろう状況で、参加する際の心構えができた。
- ・市場への取り組み方を多角的に知ることができてとても参考になった。
- ・これから主流になるオンライン商談会の取り組みに向けての留意点などが大変参考になった。
- ・オンライン商談の為の準備について参考になった。
- ・バイヤー選定時のチェックポイントがまとめてあり商談時の抜け漏れチェックの参考になった。
- ・前回に続き、販売方法など勉強になる内容が多かった。
- ・もう少しオンラインに特化した部分を聞くことができれば良かった。
- ・オンライン商談を積極的に取り入れる後押しになった。

4. 小林尚 「同業者の取り組み事例」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	13
● ②わかりやすい	6
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0

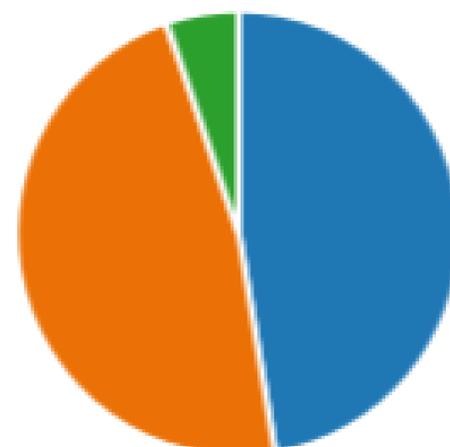


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・過去の事例（撤退や消滅）は「見切り」の参考にしたい。
- ・海外輸出の実例について参考になった。
- ・コロナ禍ではあるが、先を見越して何をやるべきかが提示されていたことがよかった。
- ・実際の具体例を多く交えての内容だったのでわかりやすかった。
- ・特にメーカーとしての事例（成功や失敗）が具体的で参考になった。
- ・提示して頂いた資料が見やすく整理されていた。
- ・同業他社様のこれまでの取り組みのお話しなどをこれまであまり聞けなかったため、とてもリアルで身近に感じ、弊社でも「どうするか」を考える良いきっかけになった。
- ・蔵元様の立場でのこれまでの取り組みや考えが聞けて参考になった。
- ・永年の実績のあるメーカーの苦労や裏話が、とても興味深かった。
- ・過去の世界的な不景気の要因とそれに対する対策が参考になった。
- ・実際の輸出経験の事例、戦略策定の考え方を聞いたのが良かった。
- ・文字情報が認識しやすかった。
- ・データを豊富に説明いただき、マーケット全体についての理解ができた。
- ・大変勉強になるお話だった。
- ・どのような支援事業があるか知る事ができた。
- ・数字を挙げられるなど具体的で勉強になった。
- ・自社の成功、失敗等わかりやすくゆっくりと説明いただき良かった。
- ・統計データや自社の輸出事例、サービスの紹介もありコロナ後の輸出について。
- ・数字資料や資料の参考元情報が得られたのは良かった。

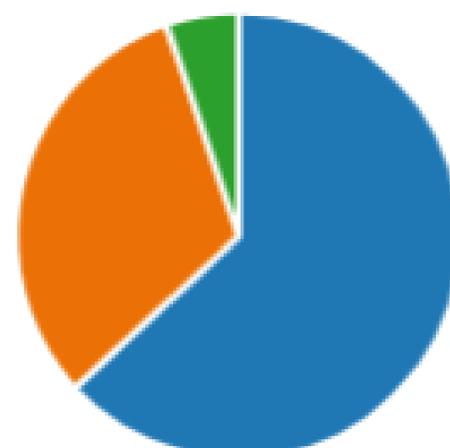
6. 松崎晴雄の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	9
● ②わかりやすい	9
● ③わかりにくい	1
● ④大変わかりにくい	0



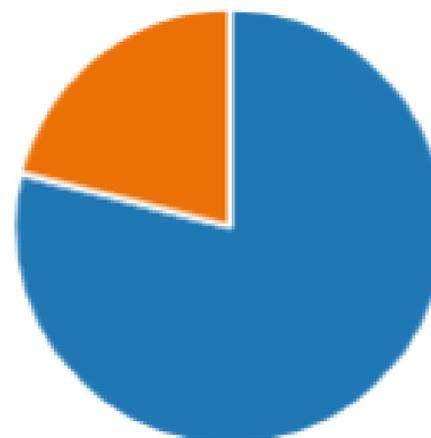
7. 小林尚の説明について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	12
● ②参考になった	6
● ③参考にならなかった	1
● ④まったく参考にならなかった	0



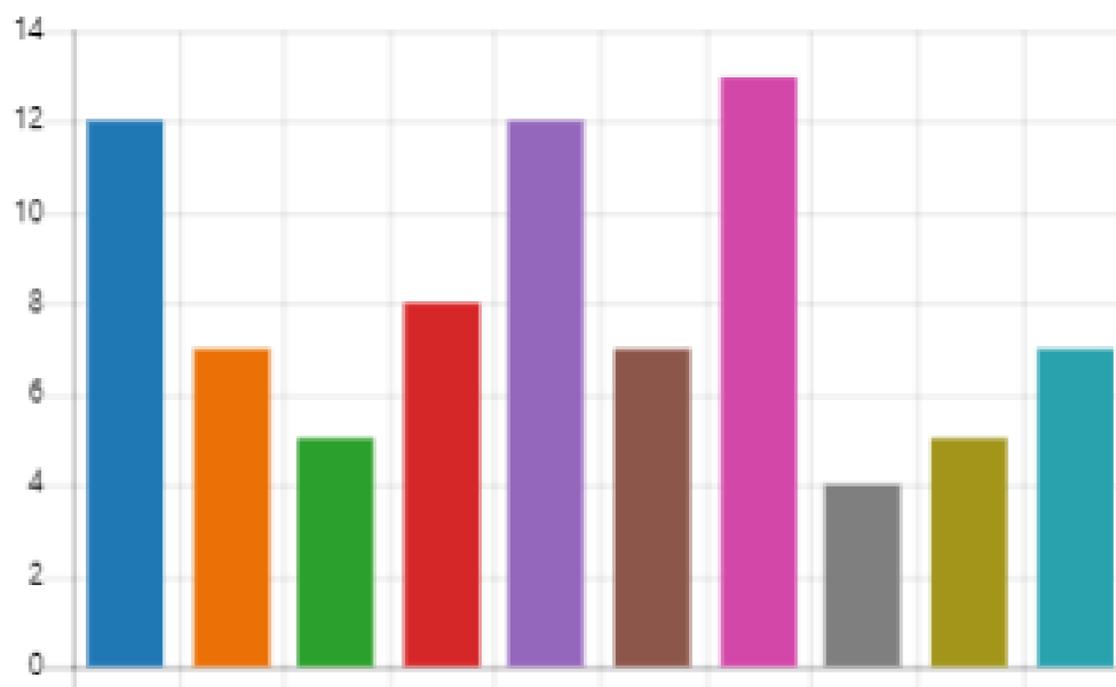
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

- ①予定があえば参加したい 15
- ②内容による 4
- ③参加しない 0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

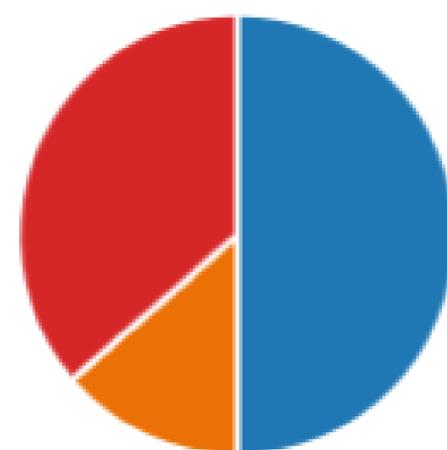


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・ Promotionを教えてほしい。
- ・ リアルタイムな情報と、日本の慣習との違い。
- ・ 輸出に関わる手続きなど業務の見える化について。
- ・ 市場の動きから具体的な手続等全般について知りたい。
- ・ 日本産酒類の海外展開に向けて各メーカーの事例を共有し、ともに拡大していきたい。
- ・ 新規取り組み国の開発、インポーター開発について。
- ・ 同業者の方の成功例・失敗例はやはり身になると感じた。
- ・ 成功例失敗例を共有いただきたい。
- ・ 自社独自の輸出はまだ事例がわずかのため手続き等詳細が聞きたい。
- ・ 海外で積極的に日本酒輸入を行っているバイヤー当人の話が聞きたい。
- ・ 現地の嗜好がブーム、日本酒に求めるものなど。同時通訳または、日本語話者について。

11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

- | | | |
|---|-------------------------|----|
| ● | ①輸出について前向きになった | 11 |
| ● | ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない | 3 |
| ● | ③輸出は難しいと考えるようになった | 0 |
| ● | ④何か新しい展開を考える気になった | 8 |



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

- | | | |
|---|-------------------|---|
| ● | ①対面式の方が参加しやすい | 2 |
| ● | ②オンライン形式の方が参加しやすい | 8 |
| ● | ③どちらでも良い | 9 |



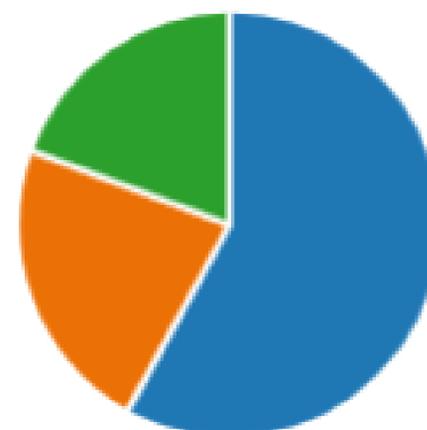
13. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ 海外への取り組みはまだまだ初心者のため、いろいろなテーマで開催してほしい。
- ・ 今回はメーカー向けのセミナーだった。商社として参考にもなったが、
テーマにメーカー向け、販社向けと書かれていると分かりやすい。
- ・ Teamsは権限の融通がきかなかったり、OSやデバイスによる認識がうまく行かなかったりと、
不具合が多いのでZoomのほうが遥かに良いと思う。
画面共有でプレゼンができないのは痛かった。Zoom開催も検討してほしい。
- ・ 当初オンラインに不安だったが有意義な機会だった。
- ・ オンラインセミナーがスムーズだった。商談相手の連絡先も事前に共有してほしい。

▼オンライン：2020年9月30日（水）

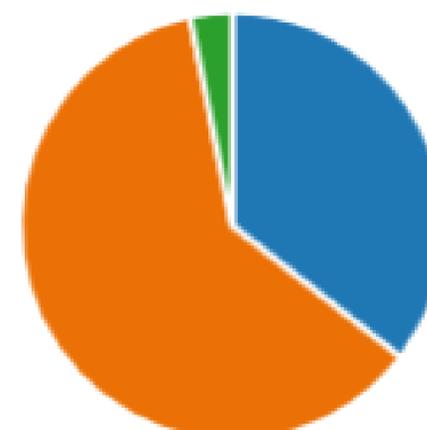
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	18
	②販売業	7
	③その他	6



2. 大桶貴之「香港の酒類市場と日本産酒類の動向」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	11
	②参考になった	19
	③参考にならなかった	1
	④まったく参考にならなかった	0



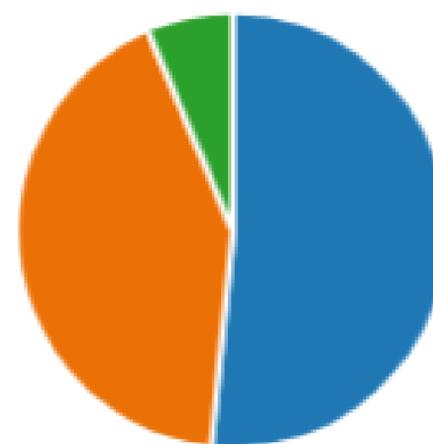
3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ コロナの影響をグラフを用いながら説明頂いた事がよかった。
- ・ 香港で求められることなどが具体的に知ることができた。
- ・ 実際に輸入されている方の声として受け取る事ができ、今後の香港の輸出に参考になった。
- ・ 香港の現状と今後のプロジェクトの話が参考になった。
- ・ 今後の香港市場の前向きな見通しを聞いてよかった。
- ・ 将来的な戦略にかかわる香港経済の及び中国の中の香港の見通しについて参考になった。
- ・ 香港における需要は中国からのインバウンド率が高いという点が参考になった。
- ・ 300ml・180mlの少量サイズお一人様需要はどここの国においても今後の課題であることがわかった。
- ・ 香港市場におけるコロナ禍や社会情勢等を踏まえた日本産酒類の動向の話が聞いて参考になった。
- ・ 香港の市場動向や、将来性について学ばせて頂き非常に参考になった。
- ・ 香港日本酒流通の実情とコロナの影響がわかって参考になった。特にデジタルマーケティングの重要性については納得できた。

- ・現地ニーズにあわせ業態を変えたり新たな手法を取り入れている柔軟な姿勢が業績向上に反映していると感じた。
- ・現在、今後の同行予想、コロナ過での需要動向、荷姿などわかりやす説明いただいた。
- ・今後の香港市場の重要性を再認識できた。代理店とのコミュニケーションを密に行い、商品+αの提案をしていきたい。
- ・バイヤーとセラーの考え方の違いが分かった。
- ・グレーター香港という考え方が参考になった。

4. 仲野益美 「GI（地理的表示）取得と、海外輸出戦略」のセミナー内容について感想をお聞かせください

● ①とても参考になった	16
● ②参考になった	13
● ③参考にならなかった	2
● ④まったく参考にならなかった	0



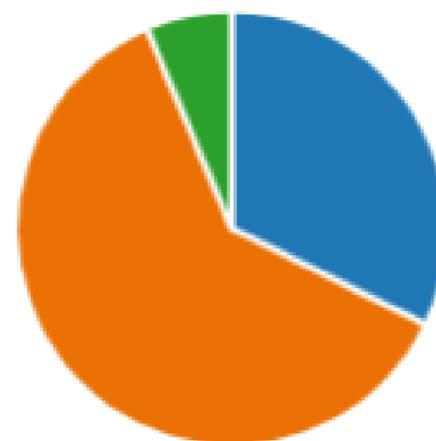
5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・非常に分かりやすく海外進出のノウハウを教えて頂いた。
- ・GIに関して内部事情も包み隠さずに話されているところが凄いと思った。
- ・海外市場で求められることが参考になった。
- ・もう少しGIに特化した話を聞きたかった。
- ・もっと具体的な戦略を聞きたかった。輸出への思いなど聞く事が出来良かった。
- ・海外での商標取得の考え方などが聞けて参考になった。
- ・自社とは会社の規模が違っており、そのまま適用できる内容ではなかった。
- ・将来を担う人材のために輸出が必要と言う意見が参考になった。
日本酒の楽しみは飲み比べという点についても再考したい。
- ・GI取得に向けた取り組みへの支援について大変参考となった。
- ・山形に於ける地理的GIIの取得や、輸出に臨む際の心掛けについて参考になった。
- ・これからGIを取得したいので、参考になった。

- ・スタンダード商品を大切にすること、家飲みに浸透することの重要性について共感できた。
- ・本県でもGI取得を目指しているので参考になった。
- ・ラベル表示の工夫が参考になった。
- ・地域ごとの問題点がある事が参考になった。
- ・地理的表示を活用した差別化マーケティングについて、海外取引先にも提案したい。
- ・具体的な経験やアドバイスなどとても参考になった。
- ・日本酒の観点からのGIや輸出に対する話がとても参考になった。
- ・清酒メーカーとして輸出についてどのように考え、どのように行動したかが分かった。
- ・デジタルマーケティングの重要性・QRコードで蔵の情報を正確に伝えることが参考になった。
- ・海外輸出戦略について学ぶことができた。
- ・GI取得についてだけでなく、輸出に対する考え方も知れて非常に勉強になった。
- ・今までの輸出経験から、メーカーとしての考え方などとても参考になった。
- ・実際に長年、海外展開をなさってきた経験値からのお話しはとても貴重だった。
- ・輸出に関する考え方、GIの取得後のお話、すべてとても参考になった。
- ・日本酒を世界へという情熱が伝わった。

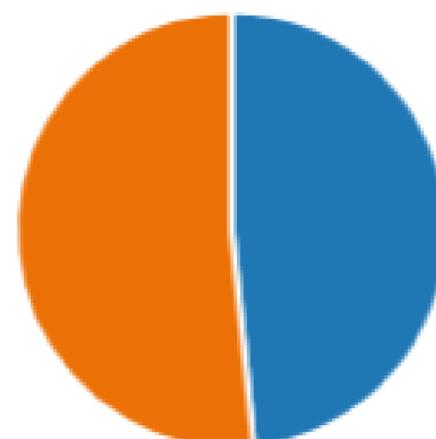
6. 大桶貴之の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	10
	②わかりやすい	19
	③わかりにくい	2
	④大変わかりにくい	0



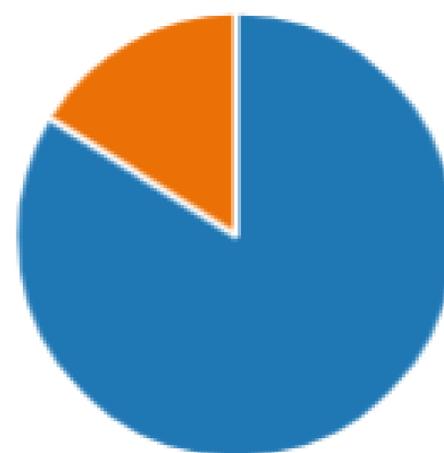
7. 仲野益美の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	15
	②わかりやすい	16
	③わかりにくい	0
	④大変わかりにくい	0



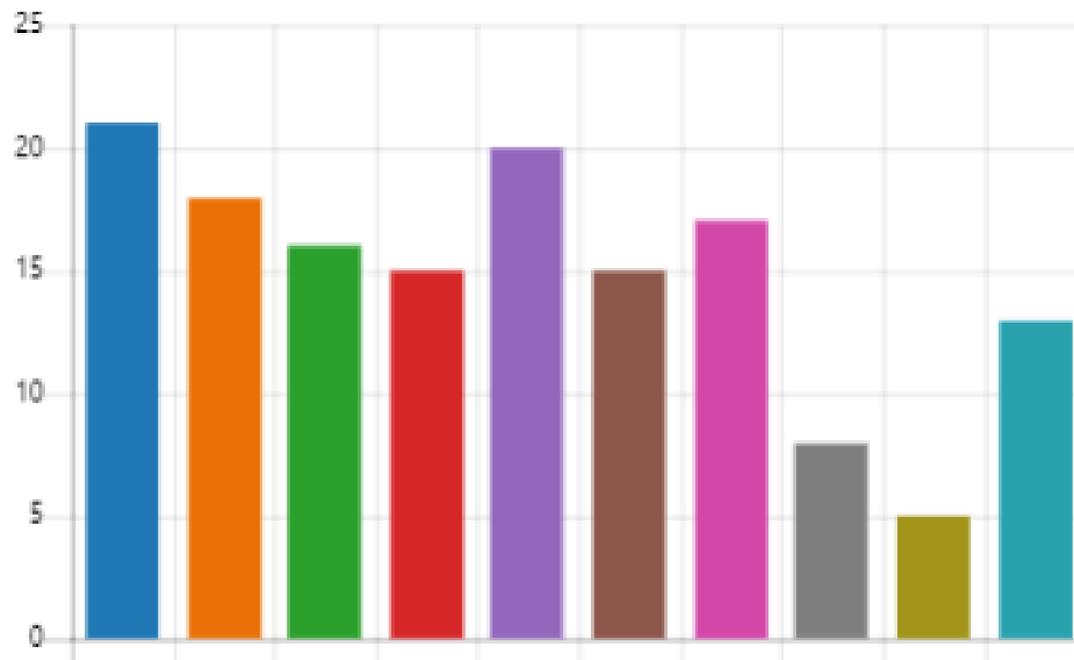
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

● ①予定があれば参加したい	26
● ②内容による	5
● ③参加しない	0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

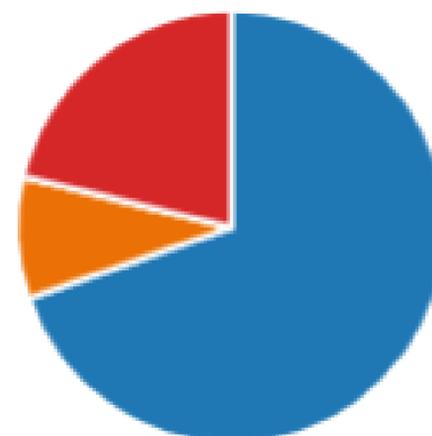


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・焼酎に関しては海外では知名度が低いため、どのようなプロモーションを行ってきたかという情報が欲しい。
- ・同業他社の取り組み事例など具体的なこと。
- ・バイヤーの見つけ方はぜひ知りたい。

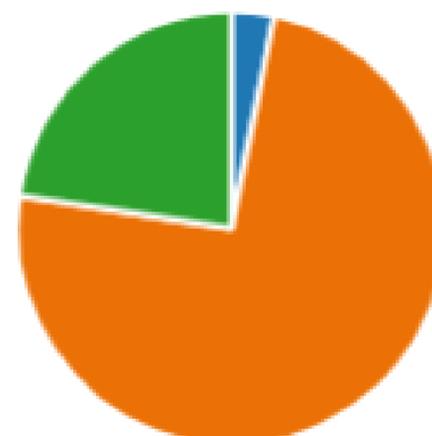
1 1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	23
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	3
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	7



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	1
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	23
● ③どちらでも良い	7



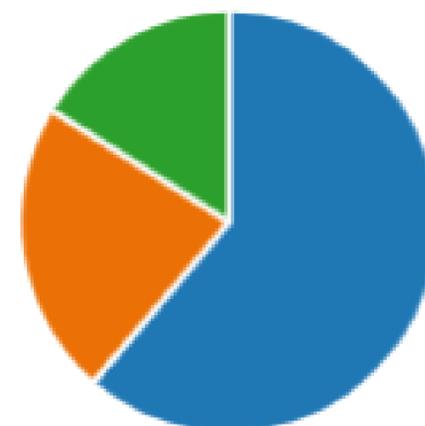
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ Teamsの場合データの送受信ができないので、対応できるように検討してほしい。
- ・ オンラインの方が講師の先生も都合をつけやすく良い先生にお話しを伺えると思うので、オンライン開催を希望する。

▼オンライン：2020年10月14日（水）

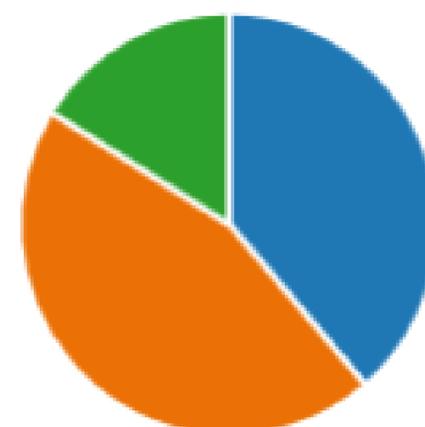
1. 業態を以下よりお選びください。

 ①製造業	19
 ②販売業	7
 ③その他	5



2. 朝霧重治「クラフトビールの海外展開」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

 ①とても参考になった	12
 ②参考になった	14
 ③参考にならなかった	5
 ④まったく参考にならなかった	0



3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・企業理念が判りやすく解説されていた。
- ・実際に海外でどのような取り組みをしているか参考になった。（海外ブランドとのコラボ、アワードを獲得してプル型の営業等。）
- ・クラフトビール輸出の予定はないが、ミッション、コンセプト、ポジショニング等の考え方は、国内でのブランディングにも共通することがあるので、参考になった。
- ・COEDOさんの海外展開方針や取組方法など大変参考になった。
- ・ブランドを広く発信していくための方法や、国の成熟度に合わせた参入市場の発見の仕方。
- ・焼酎の輸出を行っているが、クラフトビールと通ずる点が多くあった。特に、”日本の”ものとしての顔、”世界の”ものとしての話は、弊社でもどちらで売り出していくか悩みどころであったため、参考になった。
- ・長年海外展開されている企業様の取り組みがわかり、参考になった。

4. ケニー・ヤン 「日本産酒類の台湾市場の動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	10
● ②参考になった	14
● ③参考にならなかった	7
● ④まったく参考にならなかった	0

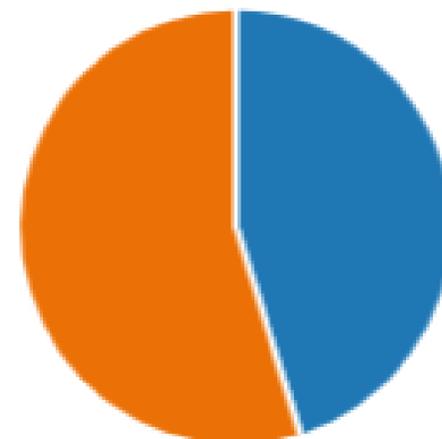


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・台湾の現状が詳しく分かった。
- ・もっと商社様の具体的な話が聞きたい。
- ・最近の台湾市況の概略をお伺いすることができ、大変参考になった。
- ・スライドの解像度が悪く少しストレスであった。
- ・過去に台湾向けの酒の輸出に取り組んでいたため、改めて確認&整理することができた。
- ・具体的な台湾への日本酒輸出の予定はないが、台湾のお酒の輸出についての概要がわかった。
- ・台湾の日本酒マーケット概要が分かった。
- ・統計データが細かい軸で分析されており、実際の現地の動態が分かった。
- ・統計データの話が多かった。
- ・台湾への輸出も行っており、台湾人の傾向や、台湾のリアルな声が聞けて良かった。
- ・台湾市場の現状、輸出する際の留意点、台湾業者と連携して進めるべきなど参考になる点が多かった。

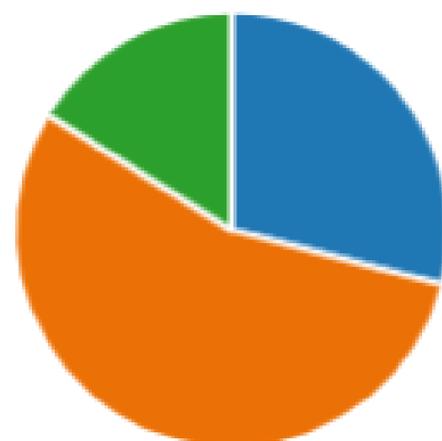
6. 朝霧重治の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	14
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



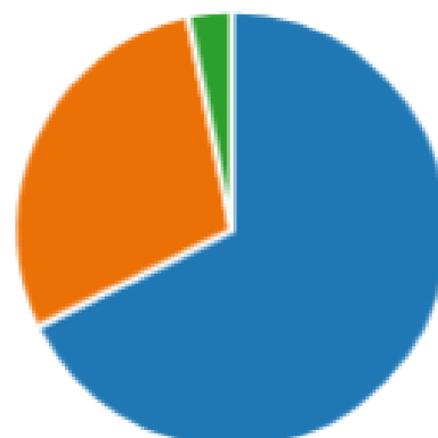
7. ケニー・ヤンの説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	9
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	5
● ④大変わかりにくい	0



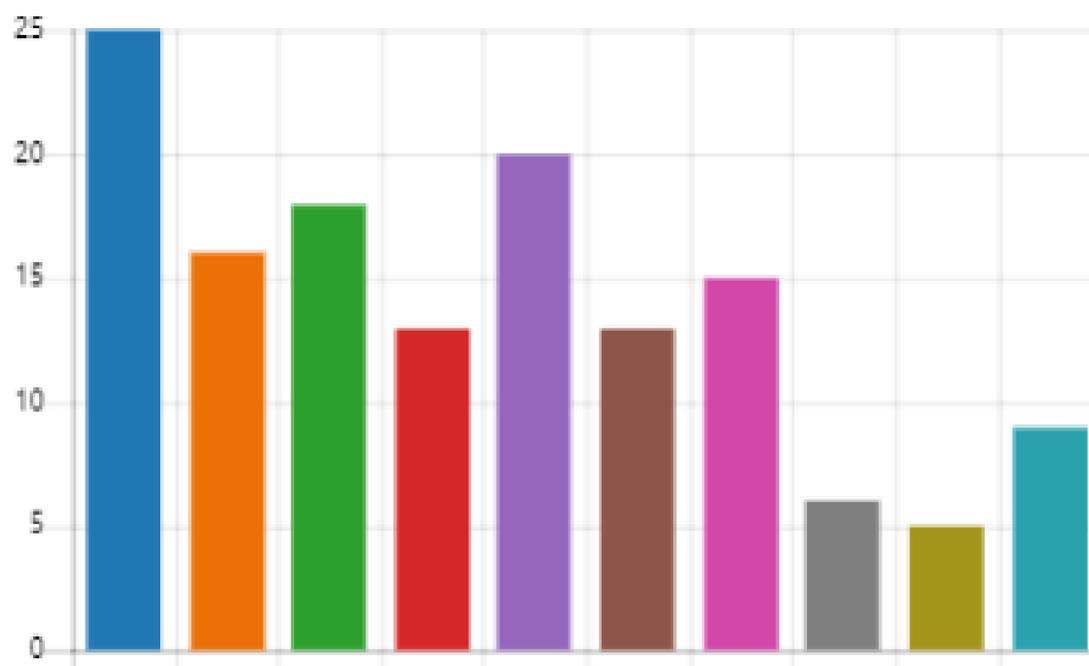
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

● ①予定があれば参加したい	21
● ②内容による	9
● ③参加しない	1



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

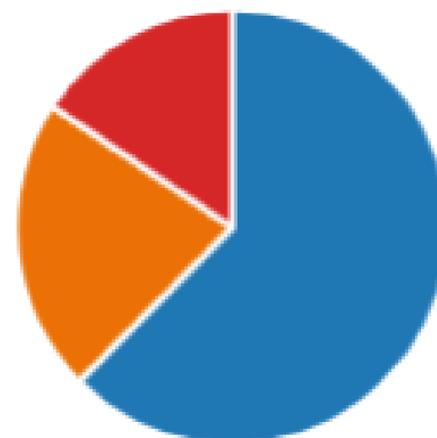


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・ 輸出入規制は随時変更があるため、メールやセミナーなどで最新の情報がもらえるのがありがたい。
- ・ 現地の輸入に必要な書類や検査についての情報、中小かつ後発組でも参入が可能な市場は
 こういったところにあるか知りたい。
- ・ バイヤーの篩の掛け方、実際の取組みのリアルな事例など知りたい。

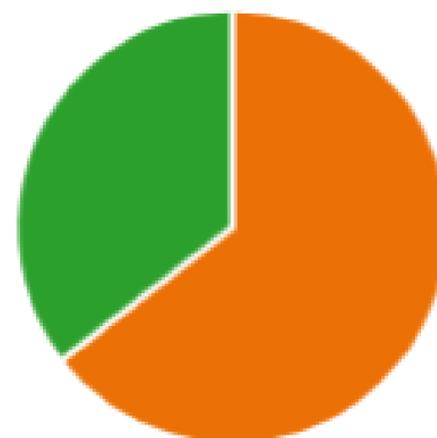
1 1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	20
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	7
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	5



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	20
● ③どちらでも良い	11



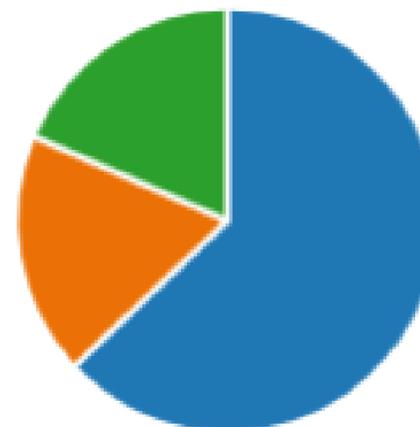
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・オンラインでのセミナー開催はとてもありがたい。
- ・何とか試飲・試食ができるような仕組みが作れるとさらにうれしい。
- ・Teamsが使いにくい。招待リンクURLから「アプリを開く」に進むとエラーが多発する。

▼オンライン：2020年10月28日（水）

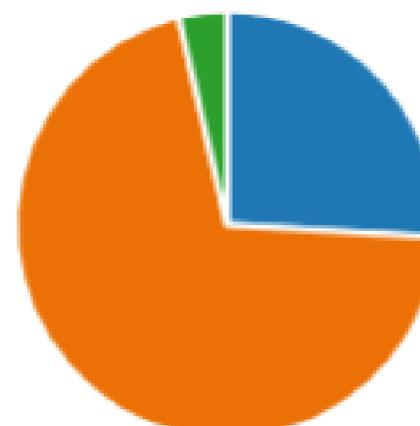
1. 業態を以下よりお選びください。

● ①製造業	17
● ②販売業	5
● ③その他	5



2. 西本敬一「日本の焼酎・泡盛を世界のSHOCHU・AWAMORIへ」のセミナーの内容について感想を聞かせください。

● ①とても参考になった	12
● ②参考になった	14
● ③参考にならなかった	5
● ④まったく参考にならなかった	0

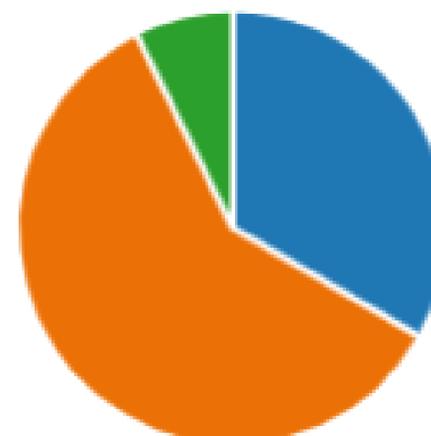


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・焼酎は酒類が豊富なので、ブランディングとして海外向けに説明は難しいが可能性は高いと感じた。
- ・アメリカでの商品の売れるポイントが参考になった。
- ・世界の酒類、焼酎の市場動向が参考になった。JETROの取り組みやバーチャル焼酎館の創設の情報も参考になった。
- ・現状や課題を含め、これからの展開についても資料をもとに話して頂けて分かりやすかった。
- ・ハイエンド向けスピリッツが世界の潮流となっていると学び、とても参考になった。
- ・新しいプロジェクトについてよく理解できた。
- ・知らなかったことを知ることができた。

4. 小林中 「アメリカにおける日本産酒類の市場動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	9
● ②参考になった	16
● ③参考にならなかった	2
● ④まったく参考にならなかった	0

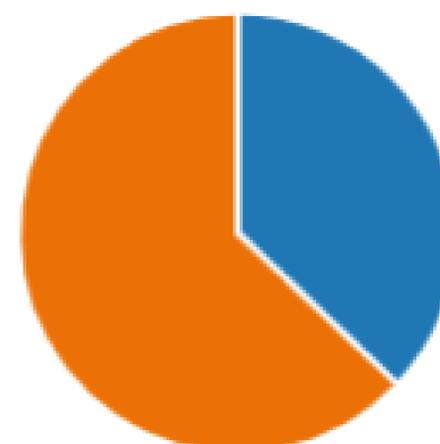


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・利益がきちんと出せる輸出の仕組みを考えることが非常に重要だと感じた。
具体的な物流企業名も出していただき参考になった。
- ・アメリカは市場が広いと思いながらも課題は多いと思ったので、それが具体的にわかった。
- ・現地卸業者の具体的な企業名が書かれていた点がよかった。
- ・今後の事業検討に役立てられる内容で参考になった。
- ・実際の取り組みが具体的に聞けて参考になった。
- ・現地の具体的な卸業者名が記載されていた点がよかった。
- ・米国向け商流の構築には、酒蔵との協力体制かつ長期にわたる取組が必要であることが確認できた。
- ・非常に具体的で分かり易かった。
- ・他の市場との違いを知ることができた。

6. 西本敬一の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	10
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



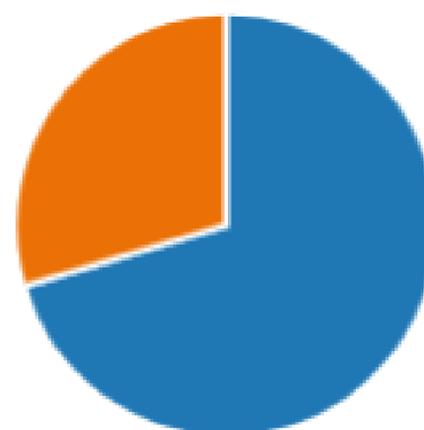
7. 小林中の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	9
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	1
● ④大変わかりにくい	0



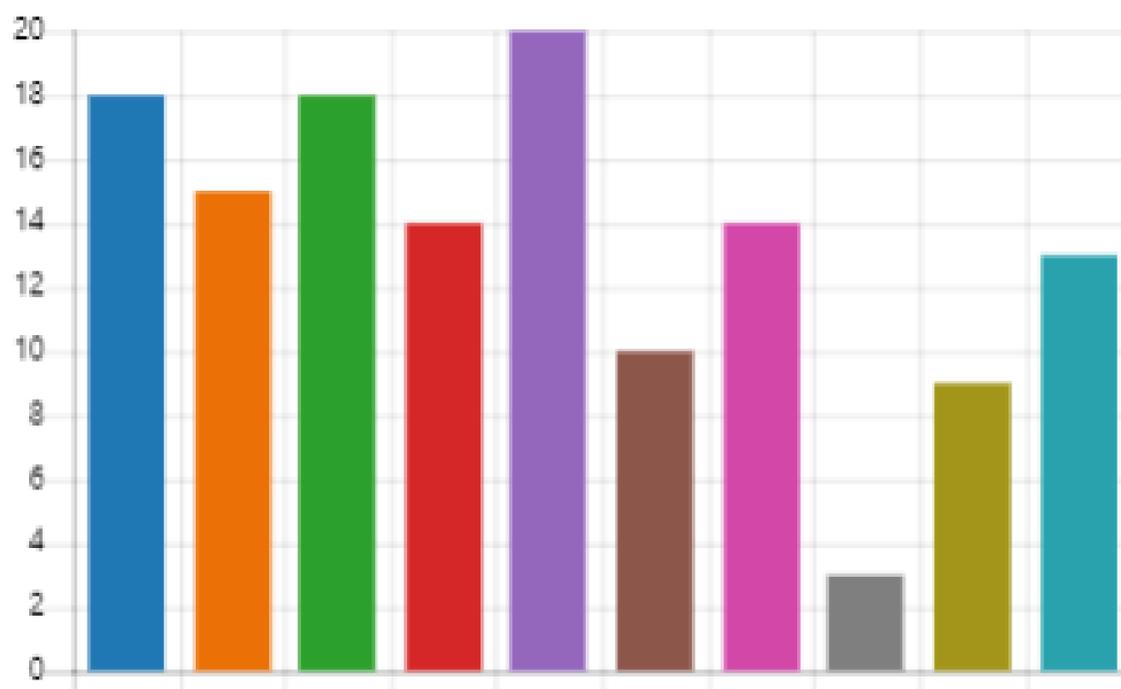
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

● ①予定があれば参加したい	19
● ②内容による	8
● ③参加しない	0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

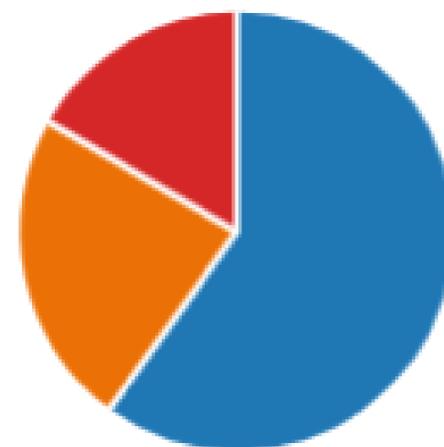


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・ 今後、オンライン商談会の事例など取り扱ってほしい。

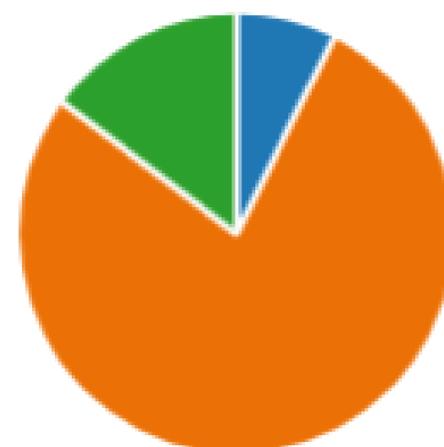
1 1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	18
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	7
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	5



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	2
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	21
● ③どちらでも良い	4



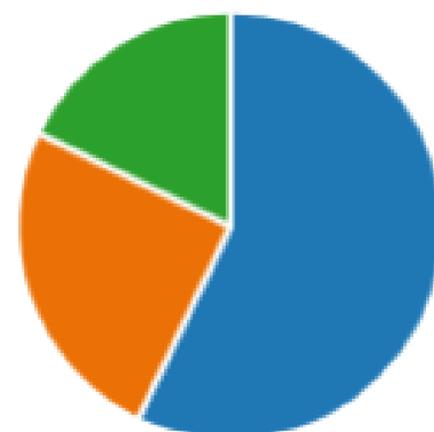
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ PPTを事前に配布して頂けたら、ありがたい。
- ・ 映像のピントが合っていないことが多々あった。
- ・ アメリカ市場については、日本酒だけでなく日本ワインの動向も取り上げていただきたい。
- ・ 音声の乱れ（ハウリング）が多少あった。
- ・ 音声が聞こえないことが多い。質問は随時講演中でもチャットを使用することが望ましい。
- ・ 毎回画像が乱れるのが残念だった。
- ・ 資料を別途いただけたのが非常に良かった。
- ・ コロナ以後オンラインセミナーが多くなり、いままで聞けなかったセミナーも受講できるようになった。
- ・ 今後も焼酎の海外輸出に向けた取り組むべきことや、コロナ禍の海外の食品業界事情などについてセミナー開催をしてほしい。

▼オンライン：2020年11月11日（水）

1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	16
	②販売業	7
	③その他	5



2. 三澤茂計「国産ワインの欧州輸出事業」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	9
	②参考になった	17
	③参考にならなかった	2
	④まったく参考にならなかった	0

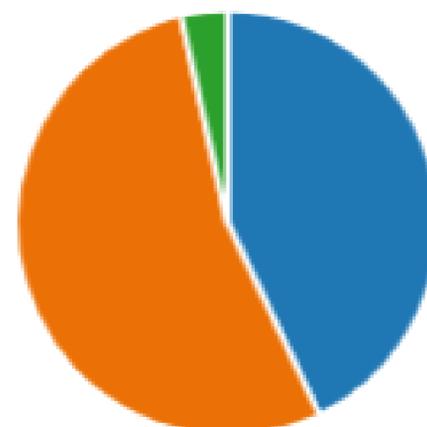


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ワインの輸出への取り組み経緯が大変参考になった。
- ・日本ワインについて参考になった。
- ・ワイン業界のことは正直なところ不勉強なので大変参考になった。
- ・中国輸出のポイントとして日本酒のラベルデザインが重要であること。
- ・状況を具体的に述べて頂き、勉強になった。
- ・ブランディングの方法や現地インポーターの重要性、一国から多数国への販売戦略など。
- ・リアルな内容で解かりやすかった。
- ・市場の攻め方については、専門家の意見等拾いながら、狙いを定めた方が良いと分かった。
- ・他酒類ワイン業界の方の話しを聞くことが少ないので参考になった。
- ・現地でのほかの国のワインとの扱いの比較や商流など参考になった。

4. 杜鵬 「中国における日本産酒類の市場動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	12
● ②参考になった	15
● ③参考にならなかった	1
● ④まったく参考にならなかった	0

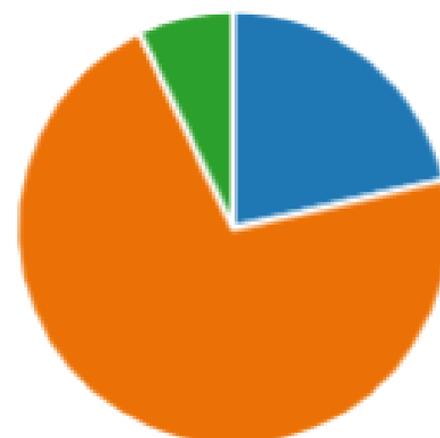


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 状況を具体的に述べて頂き、勉強になった。
- ・ 中国市場への売込み戦略や人気種類の具体的な話ではなく、中国産のお酒の話も多く真新しい情報とは言えなかった。
- ・ 日本産酒類の市場性についてわかりやすかった。中国市場に注目しているので参考になった。
- ・ 直近の独身の日等の結果なども交え、体系的にご説明頂けたので、中国側のニーズについてかなり理解が深まった。
- ・ 日本人以外の視点、仕入れる立場の人の意見が聞けて良かった。
- ・ 中国での消費者層の分析が参考になった。
- ・ 新潟県からの清酒輸出はできないが、市場動向は把握しておきたい。

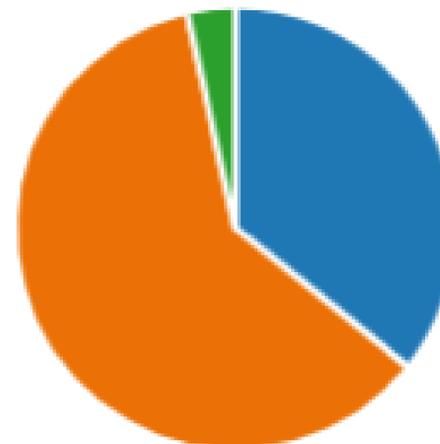
6. 三澤茂計の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	9
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	1
● ④大変わかりにくい	0



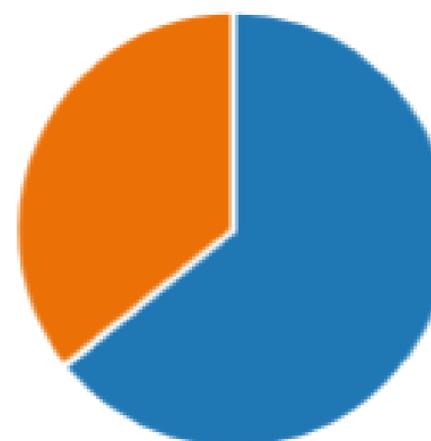
7. 杜鵬の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	10
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	1
● ④大変わかりにくい	0



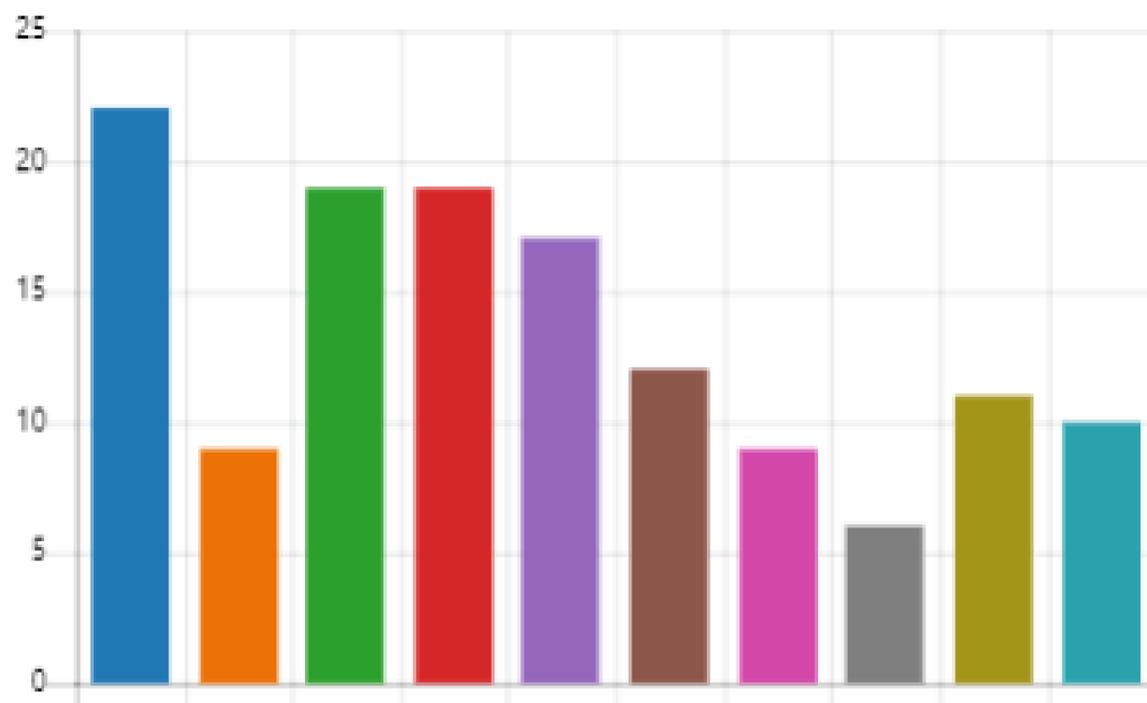
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

● ①予定があれば参加したい	18
● ②内容による	10
● ③参加しない	0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

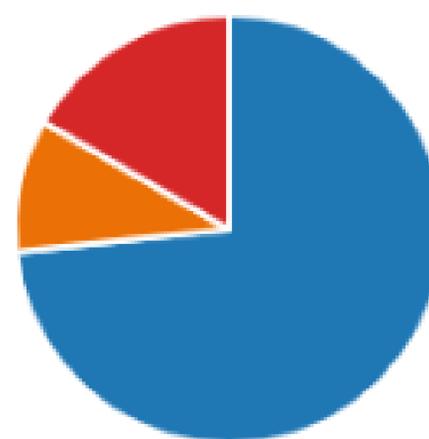


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・ 酒造メーカーの成功事例について。
- ・ アジアの話が聞きたい。
- ・ ワインが如何にして世界市場に輸出されるようになったのかを知りたい。
- ・ 陸揚げされてからの流通経路・方法やその国での配送方法について。

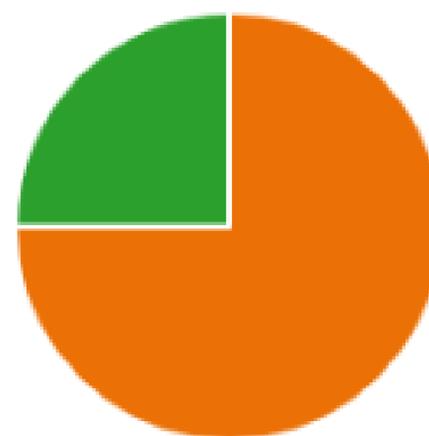
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	22
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	3
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	5



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	21
● ③どちらでも良い	7



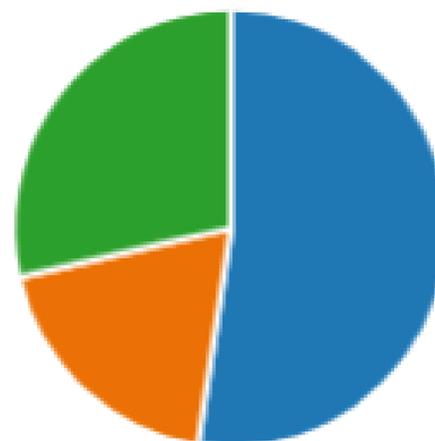
13. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ 資料が事前に提示されていたので、受講しやすかった。
- ・ 司会者とパネラーの対話方式も聞きやすかった。
- ・ コロナ後も、オンライン方式を続けて頂きたいと願っている。
- ・ 違う市場でのセミナーも受講したいし、また違った形で中国市場のセミナーも受講をしたい。
- ・ 海外の事は分からないことが多いのでこのようなセミナーがあると勉強になる。
- ・ 商談には参加してませんが、貴重なお話を伺える機会が得られ、大変助かる。
- ・ オンライン会議はたいへん効率がよい。

▼オンライン：2020年11月25日（水）

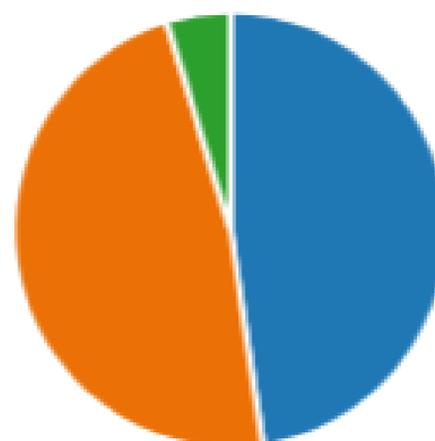
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	11
	②販売業	4
	③その他	6



2. 前垣壽宏「日本酒の輸出事業」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	10
	②参考になった	10
	③参考にならなかった	1
	④まったく参考にならなかった	0

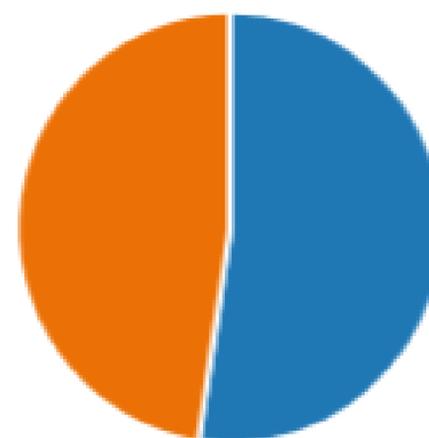


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 課題部分が今後の展開可能性を広げてくれたと感じる。
- ・ 国ごとの特徴や戦略など、実際に輸出に取り組まれている企業様の生の声を聞くことができてよかった。
- ・ 実際にご自身が体験されているお話を基にしたのセミナーですので、言葉に重みがあった。
- ・ 同業者や地方自治体と力を合わせ商品価値を高める、差別化を図り販路拡大を行っている所が参考になった。
- ・ 輸出する際の課題と対応例が参考となった。
- ・ アメリカでの色々な情報を学ぶ事が出来た
- ・ 実際に輸出経験されている現場の声が聴けた。
- ・ 海外における伝え方、表現方法についてのポイントが参考になった。
- ・ 酒都・西条の町ぐるみの環境への取り組みが大変参考になった。

4. 高野豊 「中国・台湾・東南アジアにおける日本酒・ワインの輸出事業」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	11
● ②参考になった	10
● ③参考にならなかった	0
● ④まったく参考にならなかった	0

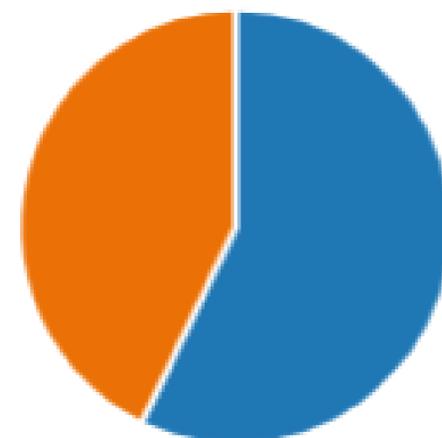


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 高野様の現地の肌感覚や、私見が参考になった。
- ・ 会社トップの活動の在り方が参考になった。
- ・ 経験からの具体例が参考になった。
- ・ 特化するヒントが得られた。
- ・ ワインの輸出についての知識が全くなかったので、これまでの歴史や輸出戦略など参考になった。
- ・ 実際にご自身が売り場でお客様の声を聴いておられてのお話を基にしたのセミナーなので、言葉に重みがあった。
- ・ 海外へ販路拡大するにあたりどのような考え方で取り組むべきか、何を伝えるかなど参考になった。
- ・ 人脈が重要で、展示会で名刺交換からではほとんど効果がない、量販店の酒類担当はほとんど現地酒類メーカーの出向、という話がとても印象的だった。
- ・ アジアの市場動向や嗜好、輸出する際の課題と対応などが参考になった。
- ・ 海外での販売における具体的な苦労や方法の話が参考になった。
- ・ 現地での需要が分かりやすく説明されていたから。
- ・ ワイン業界からみたアジアにおける「日本酒メーカーの心構えと考え方」がよいヒントになった。

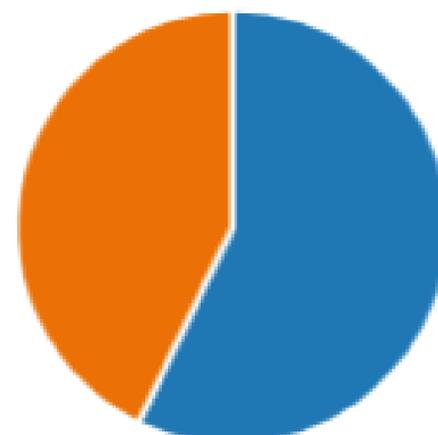
6. 前垣壽宏の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	12
● ②わかりやすい	9
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



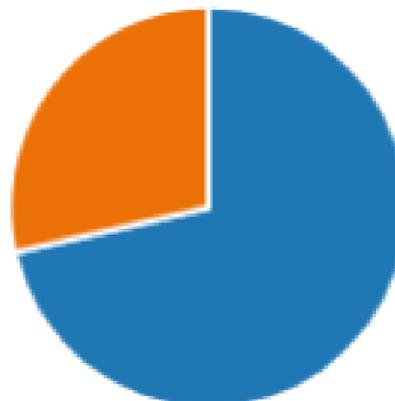
7. 高野豊の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	12
● ②わかりやすい	9
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



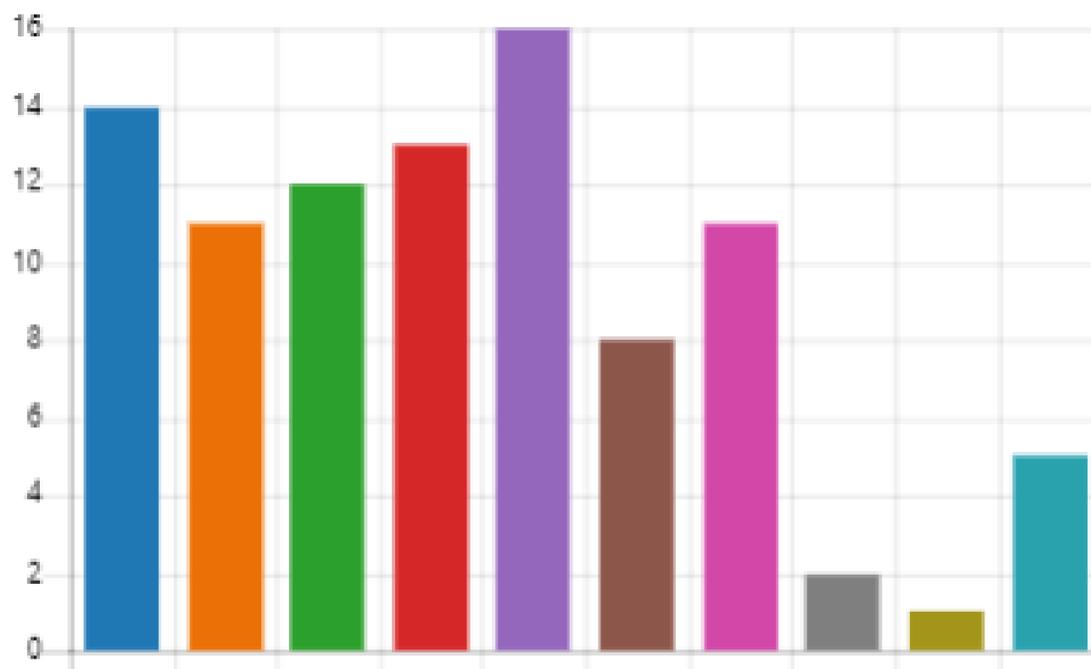
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

- ①予定があれば参加したい 15
- ②内容による 6
- ③参加しない 0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

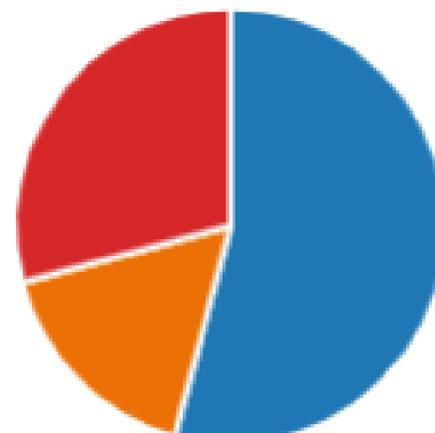


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・どのような販路開拓がされてきたか、実経験談について。

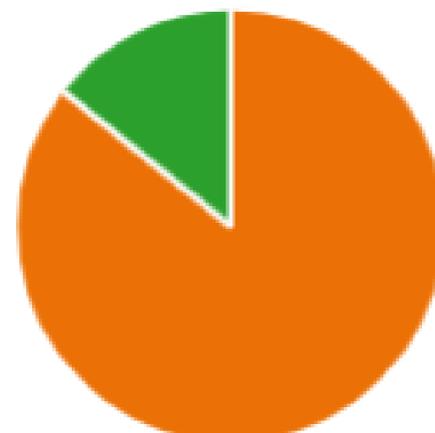
1 1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	13
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	4
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	7



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	18
● ③どちらでも良い	3



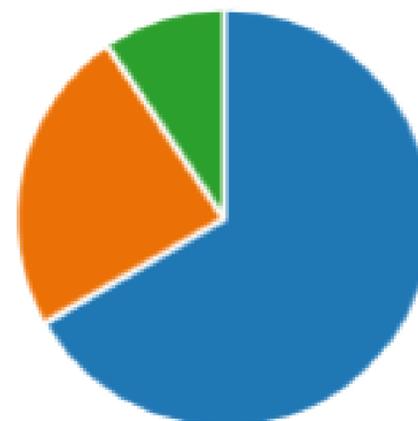
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・セミナー時に少し動画的部分があればなおよいと思う。
- ・海外輸出の成功例や失敗例を知りたい。
- ・輸出に際して国の支援制度があれば教えてほしい。
- ・講師の方のアドバイスの中には、事業者が行う部分と、国等が関わる部分があると思うので、本セミナーうち国等が関わる部分（例えば、中国での日本産酒類資格認証制度など）の内容を、国等の担当者等に対し、周知いただきたい。
- ・毎回違うテーマで勉強になる。
- ・実際に営業されている生の話が聞け、大変参考になった。
- ・EPAに関するセミナーを行ってほしい。
- ・成功事例、失敗事例など、事例をたくさん知りたい。
- ・オンライン商談はたいへん効率的で良い。
- ・会社が遠隔地にありますので、今後もオンライン式ですと参加しやすい。
- ・定期的開催されており、ありがたい。

▼オンライン：2020年12月9日（水）

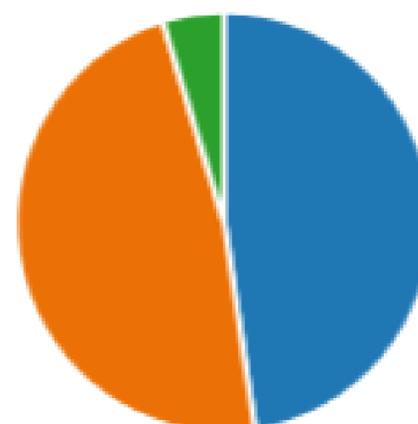
1. 業態を以下よりお選びください。

● ①製造業	14
● ②販売業	5
● ③その他	2



2. 楊嘯「中国・香港・台湾におけるリキュール・スピリッツの市場動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	10
● ②参考になった	10
● ③参考にならなかった	1
● ④まったく参考にならなかった	0

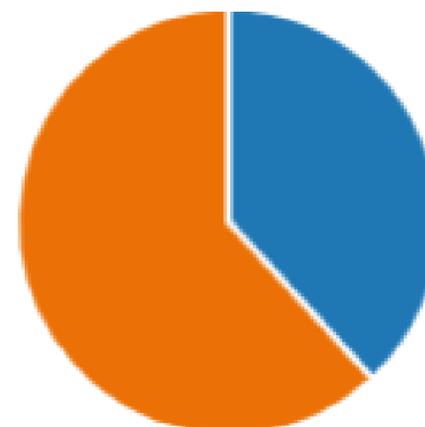


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・最近の中国の市況のご解説が参考になった。
- ・オールド富裕層とニュー富裕層という新しい見方が大変興味深かった。ターゲットによりアプローチも違うが、弊社にとってはニュー富裕層がとても魅力的なターゲットと感じた。
- ・実務者の方のご見解はリアルで説得力がある。
- ・中国市場についてよく理解する事が出来た。
- ・中華圏で今後提案していく商品の指針となった。
- ・リキュールが伸びているという肌感覚は分かっていたが、より具体的な実情を知ることができた。
- ・中国の方の日本語の方が、むしろ丁寧で聞き取りやすかった印象がある。ご説明頂いた内容も現場で参考になることが多く、大変有意義なセミナーだった。
- ・事例が多く参考になった。リキュールの可能性を再確認できた。

4. 宮川圭一郎 「ヨーロッパにおける日本産酒類市場の動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	8
● ②参考になった	13
● ③参考にならなかった	0
● ④まったく参考にならなかった	0

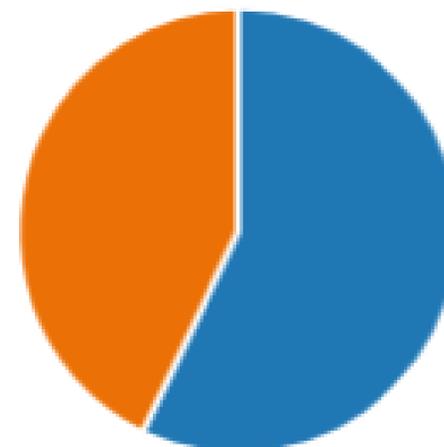


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・最近のフランスの市況のご解説が参考になった。
- ・ワインと相性は悪いが日本酒とは相性が良い食材。
- ・テーブルワインの消費量の減少が驚きだった。ワイン文化・食中酒文化で、比較的
日本酒は受け入れられやすいと聞いていたが、香り重視タイプのワインと
味わい重視タイプの日本酒ではまたアプローチが違ってくる気がした。
現地の食文化とのマリアージュについては取り入れながら案内していきたい。
- ・マーケティングの自論に共感できた。
- ・フランスでの現地動向について参考になった。
- ・すごく熱く語って頂いて元気が出た。
- ・以前のフルーティさをもった日本酒がフランスで人気というのは把握していたが、熟成系や
古酒の需要が高まっているというのは初めて伺った。今後の商品提案に生かせると感じた。
- ・フランスの蒸留酒の飲まれ方とフランス料理の変化について参考になった。
- ・スピリッツ類の内訳、ウィスキーの飲み方や文化の感覚の違いなど、EUを攻める際の
各国のプラン検討に役立った。
- ・統計資料が多く、少し難しかった。
- ・データが多く参考になった。

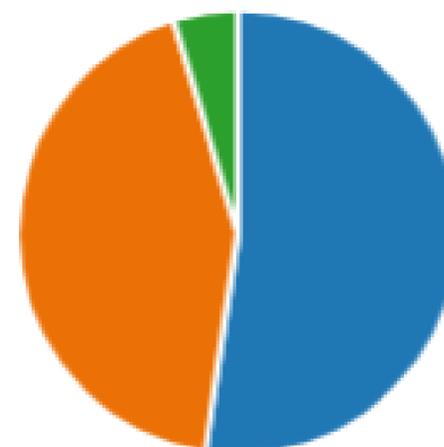
6. 楊嘯の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	12
● ②わかりやすい	9
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



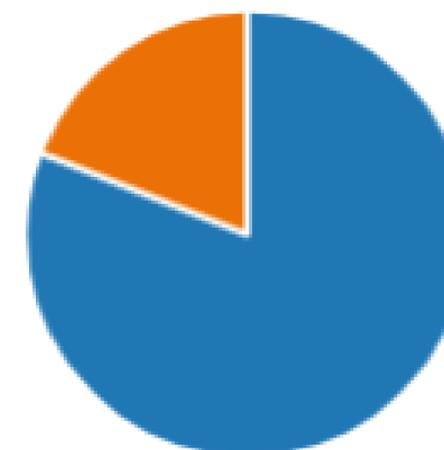
7. 宮川圭一郎の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	11
● ②わかりやすい	9
● ③わかりにくい	1
● ④大変わかりにくい	0



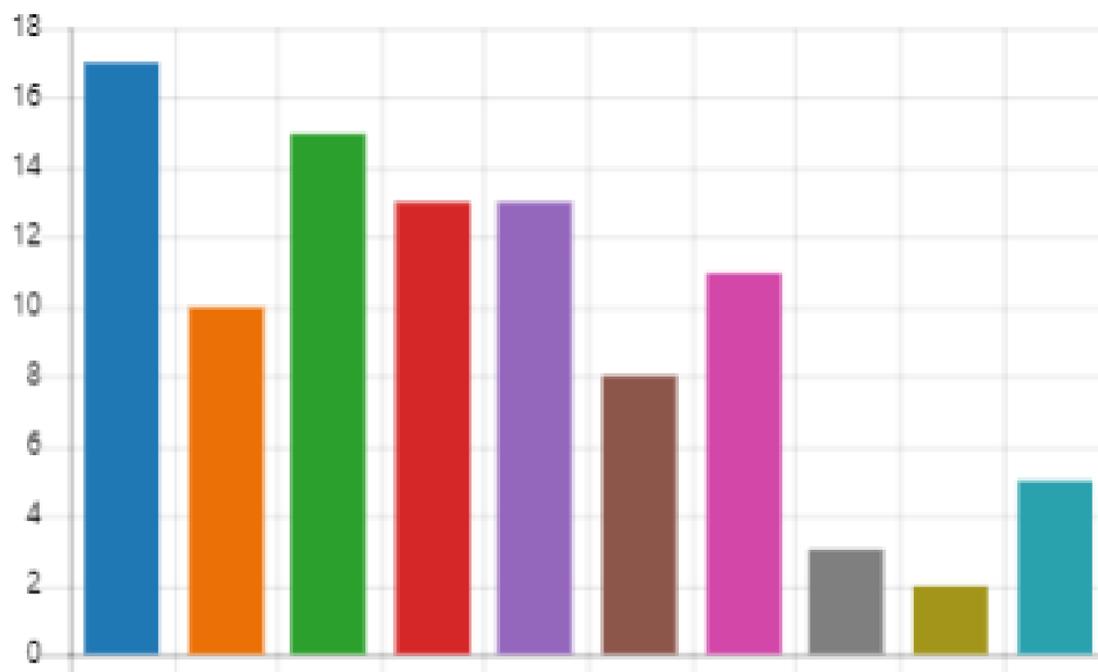
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

● ①予定があれば参加したい	17
● ②内容による	4
● ③参加しない	0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

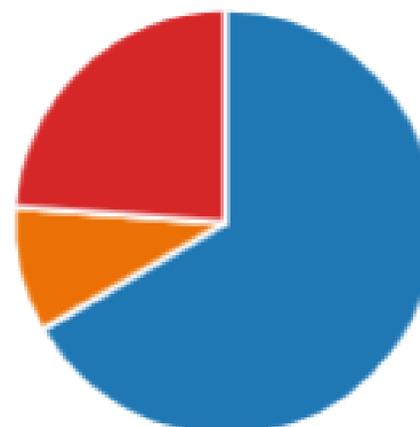


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・ 現行のようなセミナー&商談会企画を長く続けて頂ければありがたい。
- ・ 酒造メーカーの実際の成功事例について知りたい。

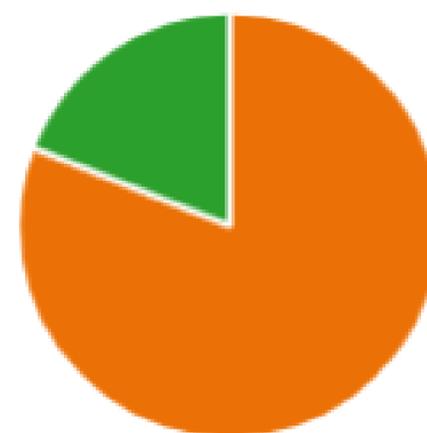
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

- ①輸出について前向きになった 14
- ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない 2
- ③輸出は難しいと考えるようになった 0
- ④何か新しい展開を考える気になった 5



1 2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	17
● ③どちらでも良い	4



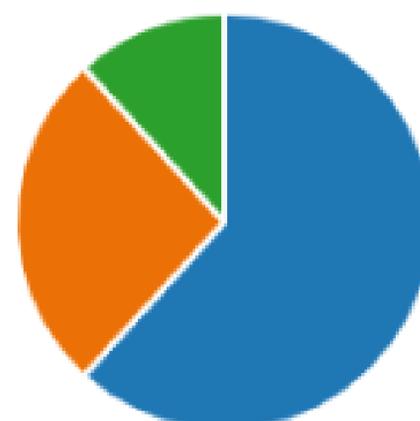
1 3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ 今回のセミナーはどちらもとても参考になった。
- ・ コロナ後もオンライン方式を続けて頂きたい。
- ・ 今後も海外における新情報等のセミナーを開催してほしい。
- ・ 今後も定期的な開催を希望する。
- ・ どちらも現地の嗜好・様子・慣習がわかり、大変わかりやすいセミナーだった。
- ・ 資料共有の画面の鮮度がもう少し良くなれば有り難い。
- ・ 同業者の海外でのプロモーション活動の成功例や失敗例を聞きたい。
特に失敗例と共に気を付けるべきポイントなどを聞きたい。
- ・ 現場感覚を知悉されている方（たとえば、出荷本数や売上ベース、現地酒販店・バイヤーのリアルな反応など）のお話がとても参考になる。
- ・ 色々な地域への輸出の動向が分かるので、毎回楽しみにしている。
- ・ 直接動いておられる方々の話が聞けて、大変参考になった。
- ・ 資料の画質が一部悪く見えにくかったので改善頂きたい。
- ・ コロナ状況の下、一番、効率的で前向きなスタイルで、事業者には大変ありがたい。
- ・ 国別の日本酒と料理との相性などを聞いてみたい。

▼オンライン：2020年12月16日（水）

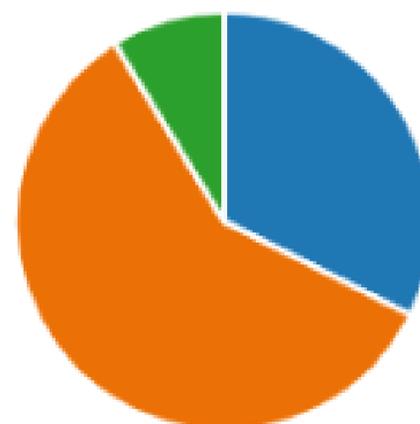
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	21
	②販売業	9
	③その他	4



2. 小林佑太郎「欧州における日本酒の市場動向と現状」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	11
	②参考になった	20
	③参考にならなかった	3
	④まったく参考にならなかった	0

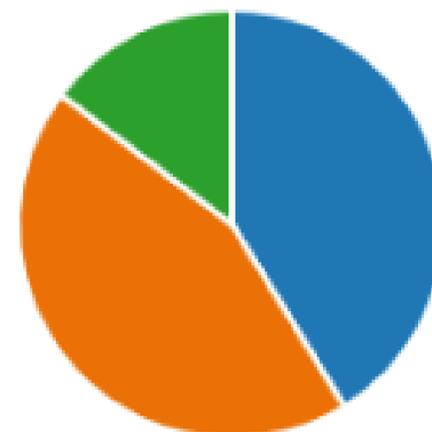


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 販促が参考になった。
- ・ 現地事情の把握が難しい欧州での取り組みが良く理解できた。
- ・ EUの現在の状況も参考になったし、今の停滞の中でも将来に希望が持てる感じがよかった。
- ・ 欧州の日本酒需要に関するセミナーでは、具体的にどのような業態（特に業務用）で売られているのか・保管状況の現状等を交えた解説がいただきたかった。
- ・ 市場動向の説明がかなり少なかった。
- ・ コロナの現状を聞いたのが良かった。
- ・ 実績のない国の状況等が分かった。
- ・ 欧州市場は弊社にとっても課題なので、できれば今後も情報を共有させて頂きたい。
- ・ PR事例について参考になった。
- ・ ヨーロッパ市場はあまり詳しくないため、参考になった。

4. 関口幸代 「日本産酒類を輸出する際の商流と物流」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	14
● ②参考になった	15
● ③参考にならなかった	5
● ④まったく参考にならなかった	0

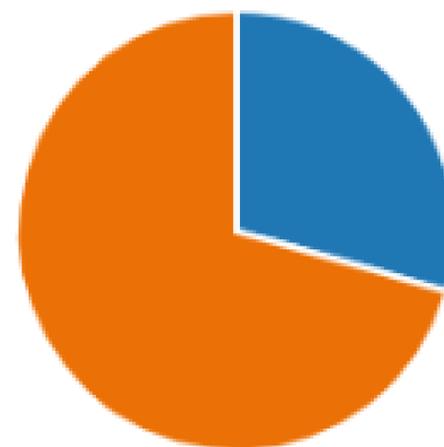


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ 具体的な内容で参考になった。
- ・ 具体的な数値などがあり参考になった。
- ・ 輸送についての基本が再認識できた。
- ・ 数量毎の輸送手段の違いなど参考となった。
- ・ 海上輸送についての仕組みについて理解することができた。
- ・ コンテナの使われ方が具体的に分かりやすかった。
- ・ 輸出に関する物流と商流及び手続きに係わる諸事が参考になりました。
- ・ 輸出での物流がとてもよくわかった。
- ・ 輸送についてはこれまでは輸出業者に任せきりだったので、とても参考になった。
 今後は直接貿易も視野に入れて展開を考えたい。
- ・ 既に知っていたことも改めて確認することができた。
- ・ 基本的な知識が多いと思いますが、固めるという意味で参考になった。

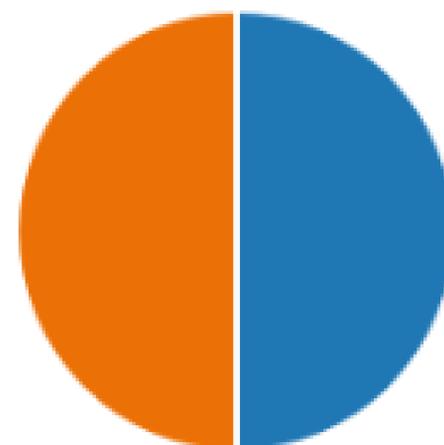
6. 小林佑太郎の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	10
● ②わかりやすい	24
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



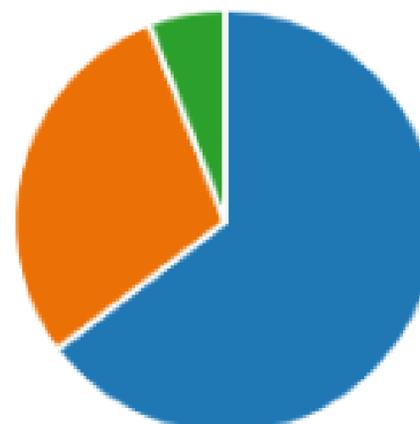
7. 関口幸代の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	17
● ②わかりやすい	17
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



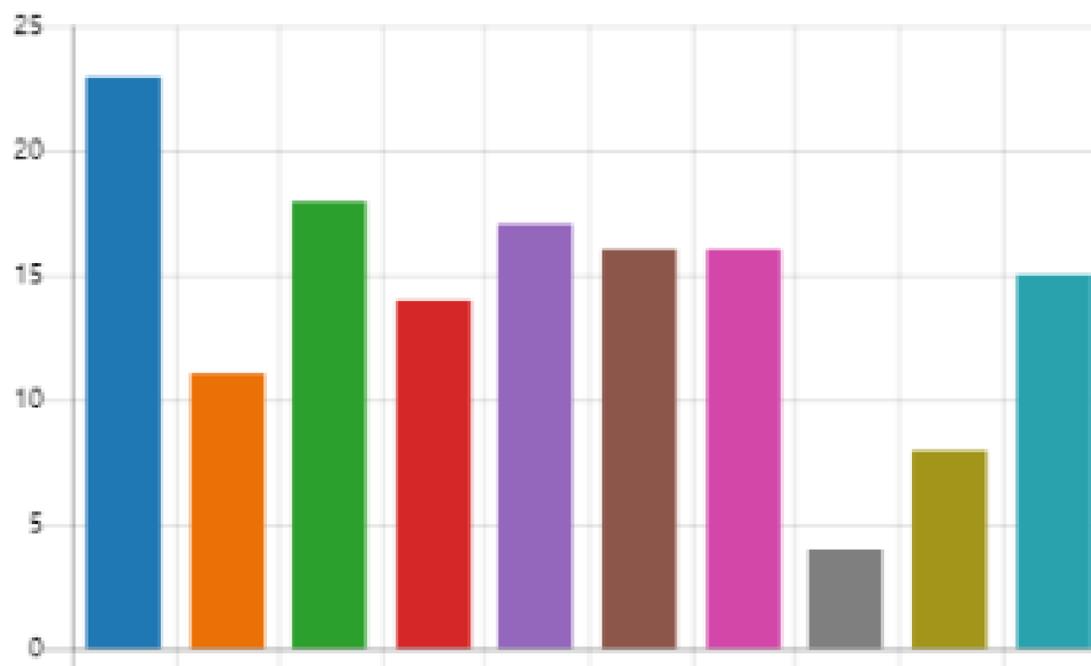
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

- ①予定があえば参加したい 22
- ②内容による 10
- ③参加しない 2



9. 今後のセミナーで取り扱って欲しいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

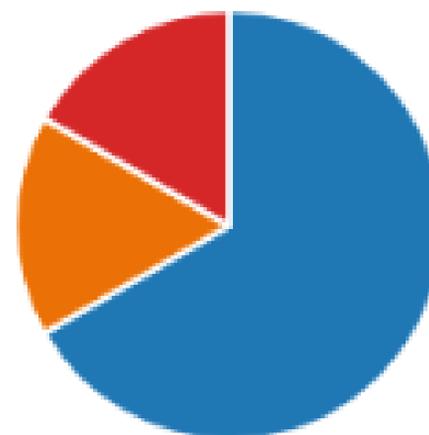


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・日本酒が純米酒と本醸造酒で分類（醸造酒分類/スピリッツ分類等）が異なる国について知りたい。
- ・やはり代理店などいかに良いパートナーと巡り合えるかの部分を知りたい。
- ・酒造メーカーの具体的な成功事例、失敗事例について。
- ・この商談会がきっかけでの成功例について。

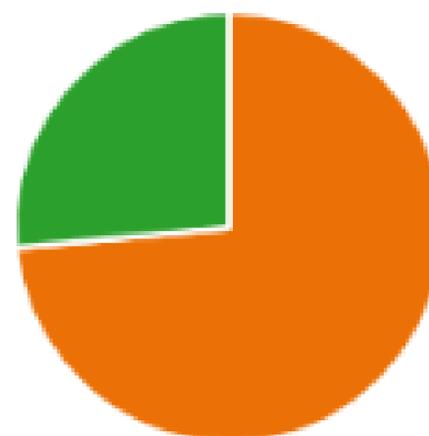
1.1. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	24
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	6
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	6



1.2. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	25
● ③どちらでも良い	9



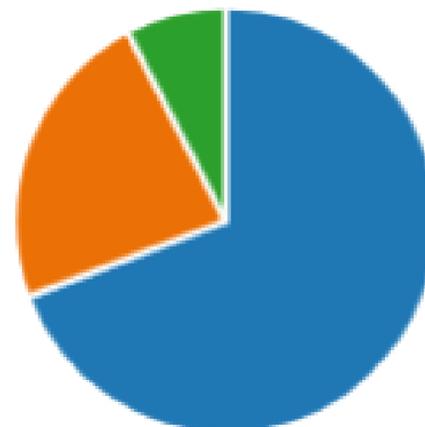
1.3. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・ 関口様から、少量の場合の商社利用の有用性について言及頂き、非常にありがたかった。
- ・ 資料の事前配布はセミナーの理解に非常に有効だった。
- ・ これから海外市場を検討している当社にとって、非常に参考になった。
- ・ 輸出拡大にあたり、製造業様販売業様がかかえている課題・問題を共有していほしい。
- ・ 酒類に関する海外の輸入制度などの情報を入手したい。
- ・ ステップ・バイ・ステップで学べればありがたいと思う。
- ・ 輸送に関するセミナーを始めて受け、大変参考になった。
- ・ 多方面からの情報収集ができますので、次回も参加したい。
- ・ 他の蔵の具体的な海外展開(狙いどころや飲食店、リテールへの導入例など)が参考になった。
- ・ コロナ現況においてオンラインで充実した内容がよかった。
- ・ 蒸留酒(ウイスキー、ジン)についての海外市場性、動向情報のセミナーを開催して欲しい。

▼オンライン：2021年1月27日（水）

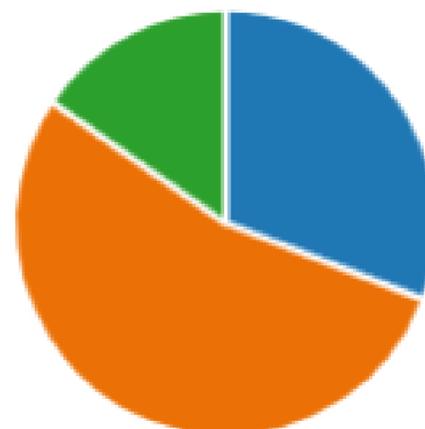
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	9
	②販売業	3
	③その他	1



2. 中山大希「日本産本格焼酎の海外輸出事業」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	4
	②参考になった	7
	③参考にならなかった	2
	④まったく参考にならなかった	0

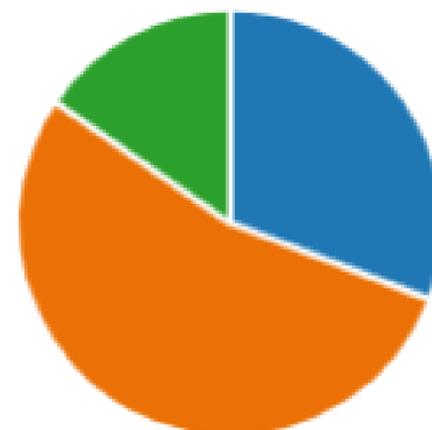


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・話の構成は既に実践され成功された事例の紹介で大変わかりやすかった。
- ・焼酎・蒸留酒のマクロ的なトレンドを改めて理解できた。
- ・地道に接触することがやはり大事だと感じた。

4. 富金原宏諭 「新興国への輸出や課題について～ミャンマーの事例～」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	4
	②参考になった	7
	③参考にならなかった	2
	④まったく参考にならなかった	0

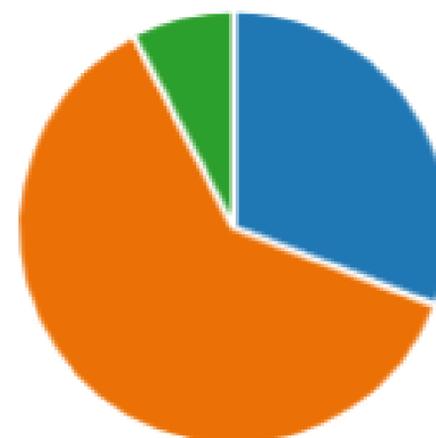


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ ミャンマーでの日本酒市場および輸入規制について参考になった。
- ・ 本日の市場状況、風土、慣習、法律面など広くお話いただき大変参考になった。
- ・ ミャンマーの知識があまりなかったため、参考になった。
- ・ ミャンマーは行ったことが無く、情報が無かったので参考になった。

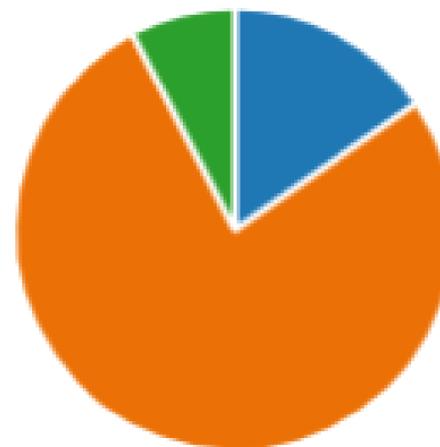
6. 中山大希の説明について感想をお聞かせください。

	①大変わかりやすい	4
	②わかりやすい	8
	③わかりにくい	1
	④大変わかりにくい	0



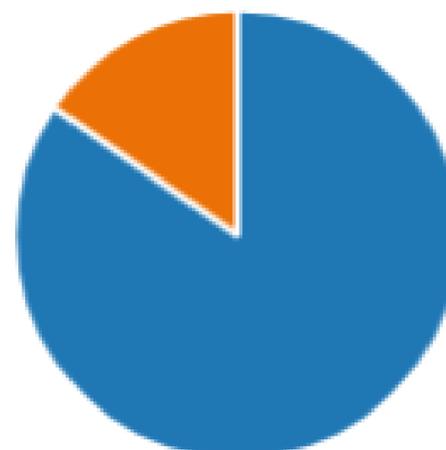
7. 富金原宏諭の説明について感想をお聞かせください。

- ①大変わかりやすい 2
- ②わかりやすい 10
- ③わかりにくい 1
- ④大変わかりにくい 0



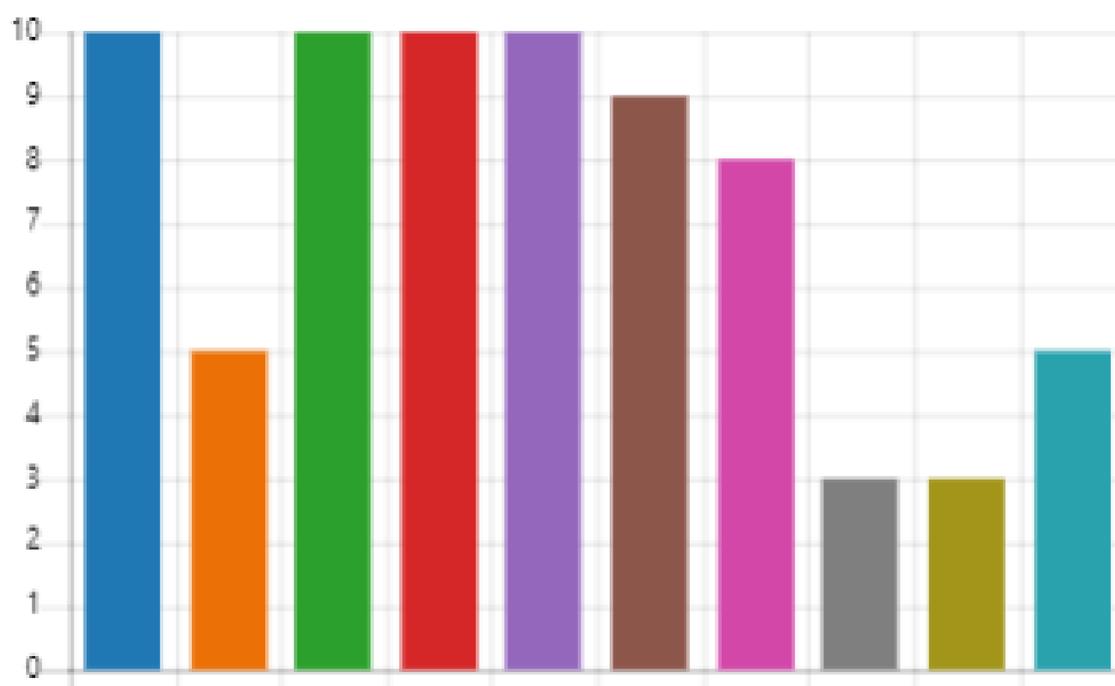
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

- ①予定があれば参加したい 11
- ②内容による 2
- ③参加しない 0



9. 今後のセミナーで取り扱って欲しいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

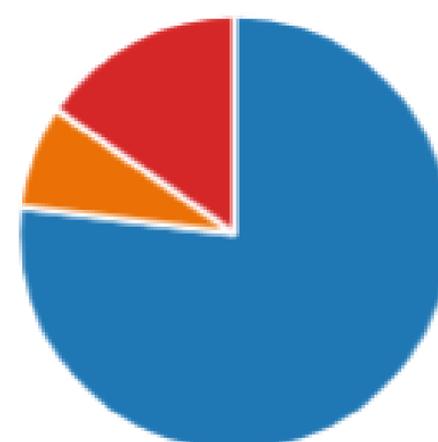


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・今回2度目の参加ですが、上記の情報が盛り込まれ大変わかりやすかった。
成功事例、営業活動で行ったことなど事例をお聞きすることが大変参考になる。

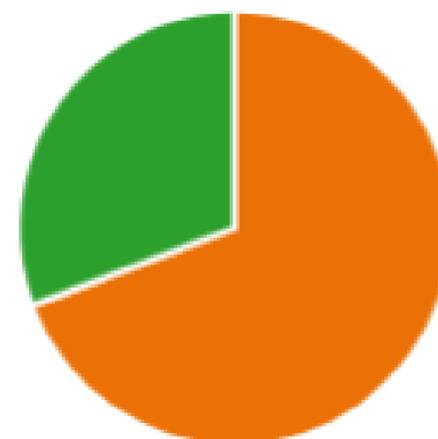
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

● ①輸出について前向きになった	10
● ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	1
● ③輸出は難しいと考えるようになった	0
● ④何か新しい展開を考える気になった	2



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

● ①対面式の方が参加しやすい	0
● ②オンライン形式の方が参加しやすい	9
● ③どちらでも良い	4



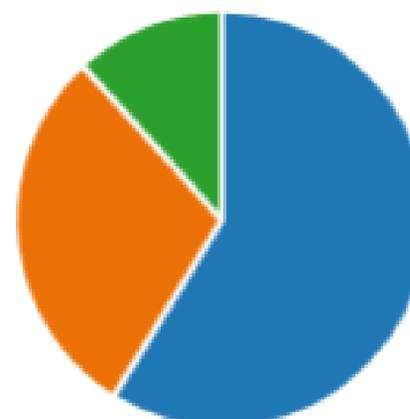
13. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・プレゼン資料・商品案内の書き方など、事例を通して学びたい。
- ・日程が合わずに参加できないもの、改めて聞きたい内容をYOUTUBEを流してもらい助かる。
- ・定期的開催いただきありがたい。
- ・テーマを絞ったセミナー (ex 現地飲食店開拓、現地代理店交渉、イベント展示方法等々) がよい。

▼オンライン：2021年2月10日（水）

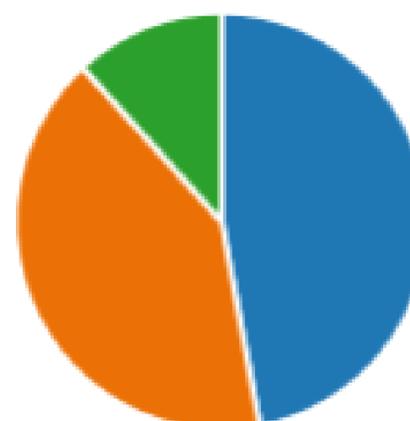
1. 業態を以下よりお選びください。

	①製造業	10
	②販売業	5
	③その他	2



2. 小正芳嗣「焼酎やスピリッツの海外輸出事業」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

	①とても参考になった	8
	②参考になった	7
	③参考にならなかった	2
	④まったく参考にならなかった	0

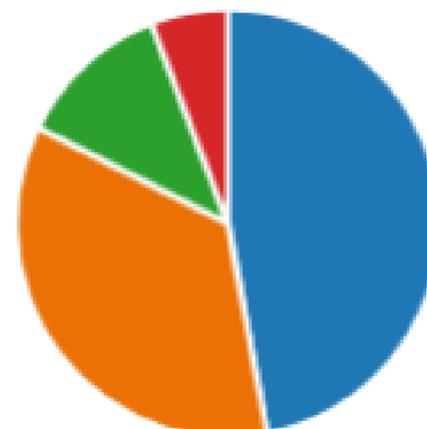


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・焼酎→ウィスキーへの参入が参考になった。
- ・弊社の業務に直結はしていなかったが、考え方の転換をしていくことと実効性を学べた。
- ・日本から海外へ輸出するアルコール飲料のNo. 1がウィスキーとなったことを受け、日本製ウィスキーのブランド力を確立し維持し、付加価値をつけるためにはその定義をしっかりと決めて日本国内、そして世界で認めてもらえるように活動していくことがとても重要だと感じた。
- ・焼酎製造からジン、更にウィスキーに進出されている市場に対する向き合い方が参考になった。
- ・焼酎業界の取り組みが理解できた。
- ・「焼酎」以外の可能性を考えるきっかけになった。

4. 金谷芳久「カナダにおける日本産酒類の市場動向」のセミナーの内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	8
● ②参考になった	6
● ③参考にならなかった	2
● ④まったく参考にならなかった	1

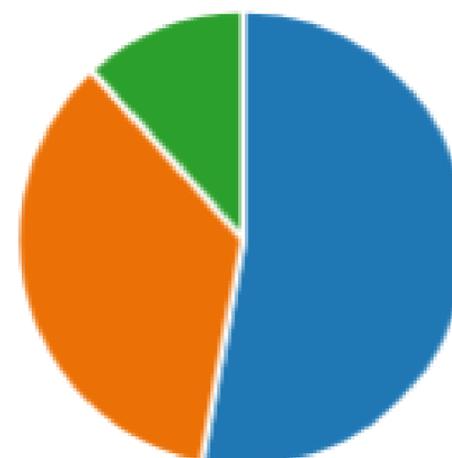


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・カナダ輸出拡販を目指しており情報収集をしていたが、誤った情報あるいは古い情報が余りにも多く、現地での情報収集が良いと感じた。
- ・カナダの法規制や商流について非常に具体的でとても参考になった。
- ・国・州よっての決まりについて学べた。
- ・カナダ市場の特異性、複雑さが良く分かり、今後の市場開拓に大変参考になった。
- ・カナダの情報はほとんど無かったので参考になった
- ・カナダにおいては現地商社の重要性をさらに感じた。

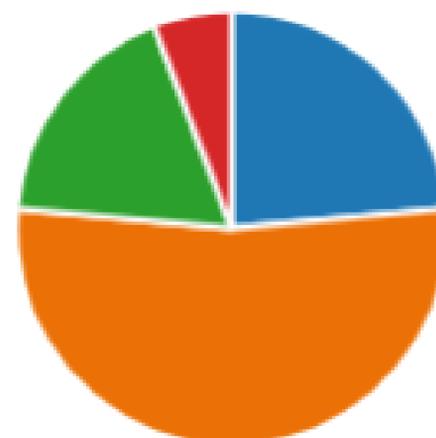
6. 小正芳嗣の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	9
● ②わかりやすい	6
● ③わかりにくい	2
● ④大変わかりにくい	0



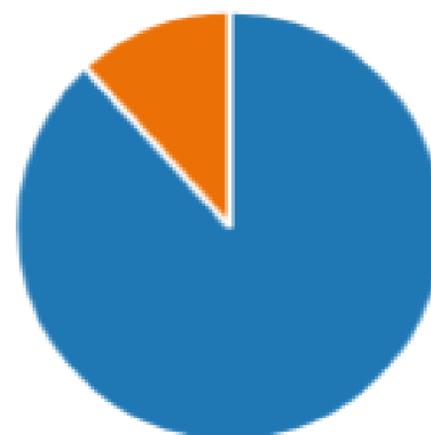
7. 金谷芳久の説明について感想をお聞かせください。

- ①大変わかりやすい 4
- ②わかりやすい 9
- ③わかりにくい 3
- ④大変わかりにくい 1



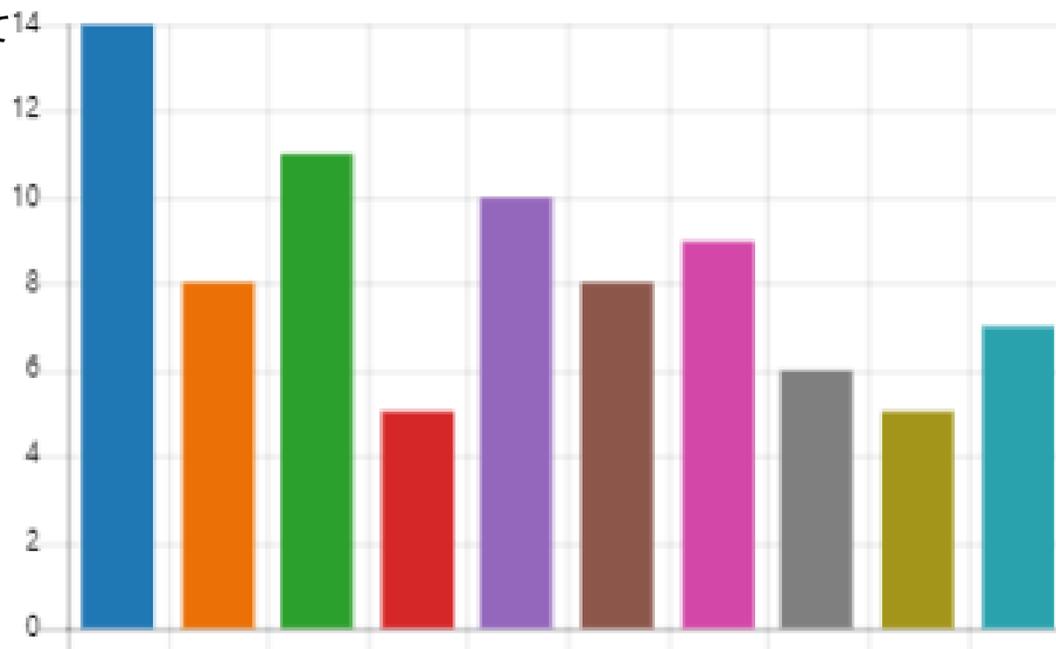
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

- ①予定があれば参加したい 15
- ②内容による 2
- ③参加しない 0



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて 14
- ③海外市場における日本産酒類の市場性 11
- ④海外市場における嗜好 5
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法 10
- ⑥海外市場における商習慣 8
- ⑦同業者の取組事例 9
- ⑧海外までの輸送方法 6
- ⑨輸出に関する各種手続き 5
- ⑩海外市場における各種の規制や法律 7

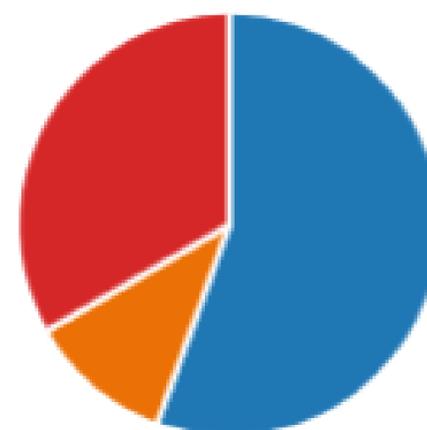


10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・各地域、特に中国における輸入商の実態が分かるようなセミナーがよい。

11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

	①輸出について前向きになった	10
	②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない	2
	③輸出は難しいと考えるようになった	0
	④何か新しい展開を考える気になった	6



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

	①対面式の方が参加しやすい	0
	②オンライン形式の方が参加しやすい	11
	③どちらでも良い	6



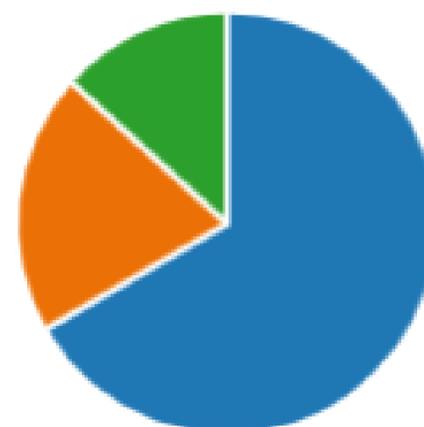
13. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・今後もセミナーを継続して開催してもらいたい。
- ・オーガニック、ハラール、コーシャなど認証取得により海外展開についても取り上げてほしい。
- ・現代的内容が欲しい。
- ・他の業界のウェビナーにもいろいろと参加しているが、段取り良く運営されており好感を持っている。
- ・聞きたくても時間が合わない事も多いので後でビデオで見られると非常にありがたい。
- ・来年度も同様の取組をして頂きたい。
- ・セミナー内容が多岐にわたるので大変勉強になる。

▼オンライン：2021年2月24日（水）

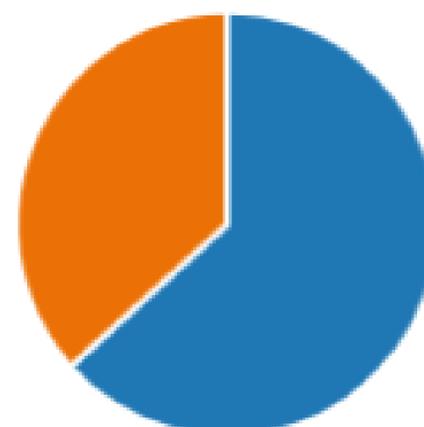
1. 業態を以下よりお選びください。

 ①製造業	20
 ②販売業	6
 ③その他	4



2. 木村咲貴「アメリカ国内における日本産酒類のプロモーション」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

 ①とても参考になった	19
 ②参考になった	11
 ③参考にならなかった	0
 ④まったく参考にならなかった	0

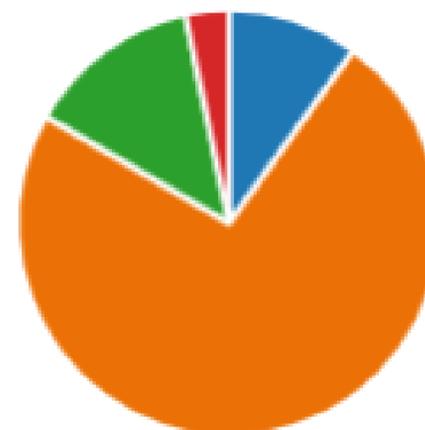


3. 上記Q2について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ご自身の経験が生かされていて面白かった。
- ・現地市場の金銭感覚、州ごと売れ行き状況など参考になった。
- ・具体的なポイントをお話いただきとても参考になった。
- ・アメリカの現状や攻略法、小口輸出の現実化、国際投資を今回は詳しく教えていただいた。
- ・他の酒類も含めたポジショニングの必要性の話など、同業界では持ちにくい提案を頂けた。
- ・アメリカの現在の状況が、具体的にとても良く分かった。州ごとに細かくマーケティングや営業戦略を立てなくてはならない、など、現地にいらっしゃる又は足を運ばれている方ならではの有益な情報だった。
- ・現地状況を店頭での体感・ご経験も踏まえての講演であり、なかなか聞けない貴重なお話を伺えた。
- ・アメリカの州ごとの酒類販売方法の相違点があることや現在の状況などが分かりやすい講演であった。

4. 加藤有治、鮎澤貴「デジタルファーストで進めるクールジャパン戦略」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	3
● ②参考になった	22
● ③参考にならなかった	4
● ④まったく参考にならなかった	1

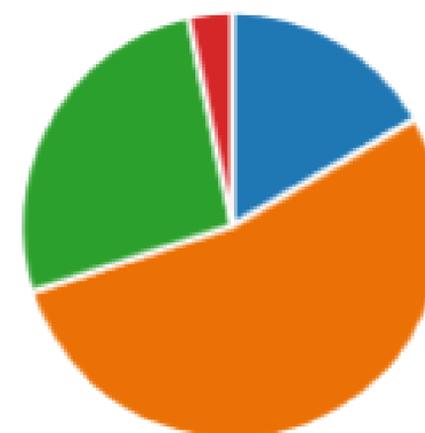


5. 上記Q4について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・ デジタルマーケティングの概要、現状を知ることができた。
- ・ これからは必要な取り組みと思った。
- ・ ポップアップショップでデータを収集することなどが参考になった。
- ・ Vpon社が繁体字圏の酒類データ活用について一日の長があり、今後同地域への輸出業務や販売展開を行うにあたって取組ができる可能性があることがわかり今後の参考にしたい。

6. 長田薫、井上真紀子「海外事業を展開されている中堅・中小企業への支援」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	5
● ②参考になった	16
● ③参考にならなかった	8
● ④まったく参考にならなかった	1

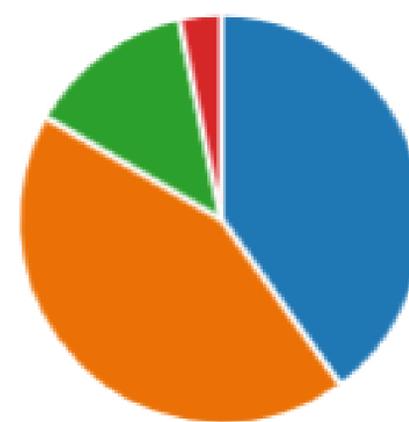


7. 上記Q6について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・JBICの提供サービスの概要を知ることができた。
- ・支援策については手探りで、これまでもなかなか分からないことが多かったので、こうしたお話が聞けて、大変参考になった。具体的に分かったことが非常にプラスでした。
- ・酒類製造、販売に関する中堅・中小企業へのきめ細かい支援の仕組みがあり、今後弊社仕入先への紹介も可能であることが分かり良かった。

8. 澤田且成「デジタルツール + 小口空輸配送を活用した日本産酒類の新しいサービス」のセミナー内容について感想をお聞かせください。

● ①とても参考になった	12
● ②参考になった	13
● ③参考にならなかった	4
● ④まったく参考にならなかった	1

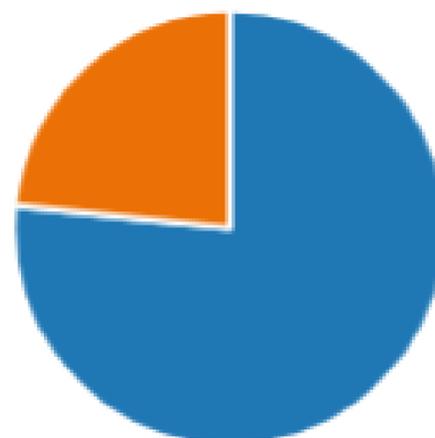


9. 上記Q8について参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

- ・壮大で面白そうな企画ではあるが、具体的なイメージがつかめなかった。
- ・中小蔵の課題を明確に捉えられており、サービスが軌道に乗ることを期待している。
- ・新たな流通手段として興味深い。
- ・ご提案内容がとても印象に残りました。詳しく聞いてみたい。
- ・サービス内容が様々あるため全体の理解はできなかったが、輸出に対する一つのソリューションとして参考になった。
- ・航空便で国内小売の約1.7倍は革命的だと思った。
- ・具体的に細かく、事業内容や実績実例を説明してくださって、分かり易かった。お仕事を依頼してみたい案件があり、連絡を取りたいと思う。
- ・現在既にジャパンページ様に登録させていただいており、改めてその目的や仕組みに共感した。
- ・デジタルマーケティングを組み合わせた越境ECの仕組みはいろいろあるものの、空輸の課題をある程度解決して進めようとしている取組は面白いと感じた。

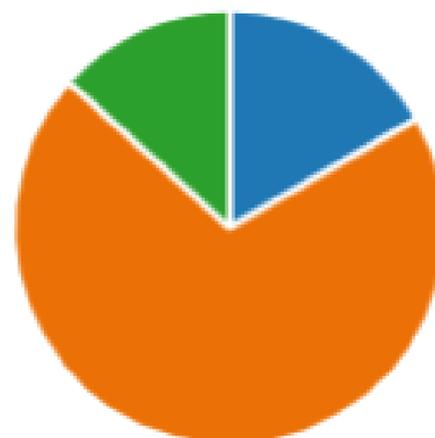
10. 木村咲貴の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	23
● ②わかりやすい	7
● ③わかりにくい	0
● ④大変わかりにくい	0



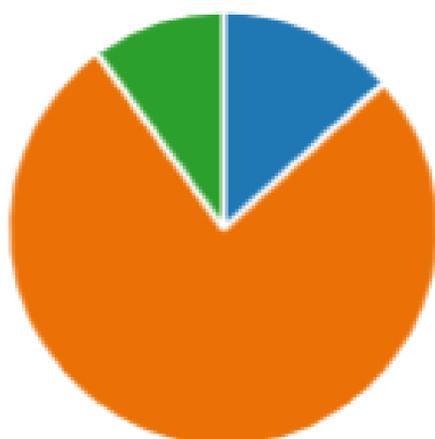
11. 加藤有治、鮎澤貴の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	5
● ②わかりやすい	21
● ③わかりにくい	4
● ④大変わかりにくい	0



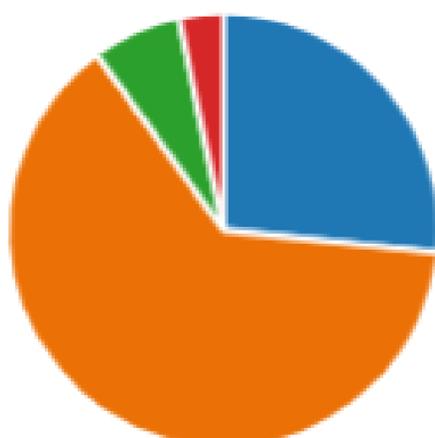
12. 長田薫、井上真紀子の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	4
● ②わかりやすい	23
● ③わかりにくい	3
● ④大変わかりにくい	0



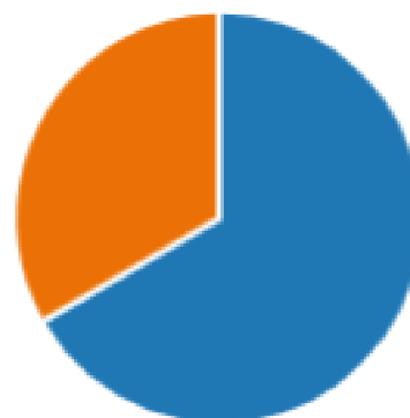
13. 澤田且成の説明について感想をお聞かせください。

● ①大変わかりやすい	8
● ②わかりやすい	19
● ③わかりにくい	2
● ④大変わかりにくい	1



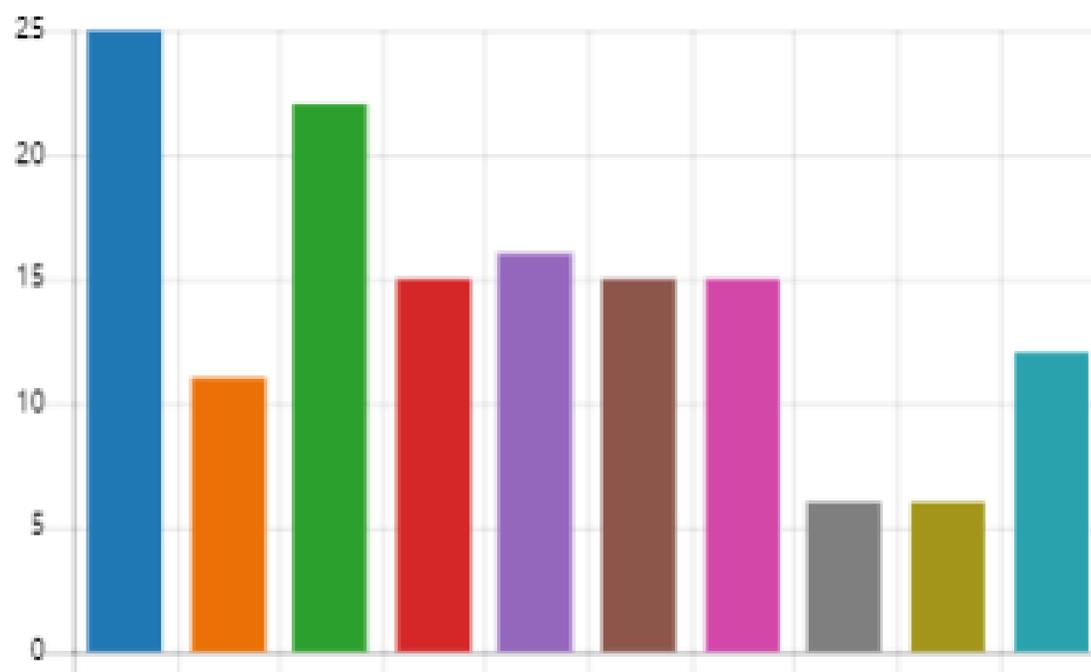
14. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

- ①予定があえば参加したい 20
- ②内容による 10
- ③参加しない 0



15. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。(複数回答可)

- ①海外の市場動向
- ②現地代理店の選定方法、見つけ方などについて
- ③海外市場における日本産酒類の市場性
- ④海外市場における嗜好
- ⑤海外市場におけるプロモーション方法
- ⑥海外市場における商習慣
- ⑦同業者の取組事例
- ⑧海外までの輸送方法
- ⑨輸出に関する各種手続き
- ⑩海外市場における各種の規制や法律

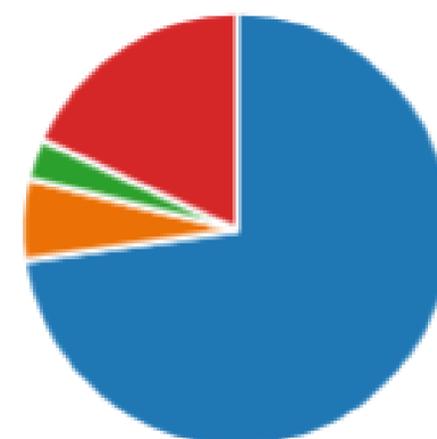


16. Q15に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

- ・JETRO等でもいろいろなセミナーを開催しているが重複しないようにして欲しい。あるいは共催希望。
- ・クラフトビールに特化した内容について。
- ・中国での日本のワインの販売可能性について。
- ・中国でのジャパニーズウイスキーのイメージと今後の展開可能性について。

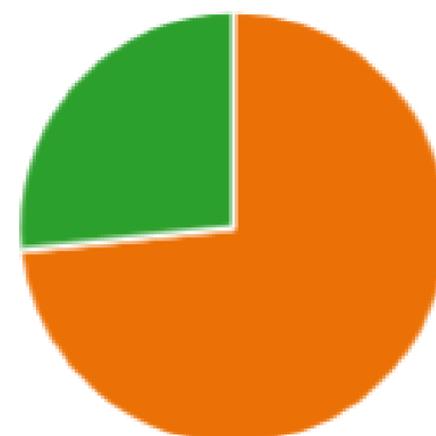
17. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

- ①輸出について前向きになった 24
- ②これまで通りで、特に新たな展開を考えていない 2
- ③輸出は難しいと考えるようになった 1
- ④何か新しい展開を考える気になった 6



18. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

- ①対面式の方が参加しやすい 0
- ②オンライン形式の方が参加しやすい 22
- ③どちらでも良い 8



19. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ・画面の端が切れてしまったりして見にくい時があった。
- ・参考事例を多く説明していただけるとイメージが作りやすい。
- ・今後ともいろいろな分野での専門家の話を聞ける機会があると嬉しい。
- ・輸出経験はほとんどないが、定期的にセミナーを受けて、参考事例、輸出方法を参考にしている。
- ・セミナー自体ではないのですが、画像が時頼ピンボケになるのを改善してほしい。
- ・事前に資料を配布すると聞かない人も多いかもしれないですが、セミナー前にキーワードのようなことをもう少し詳しくリリースして欲しい。
- ・id10 Japan Pageと似たような取り組みをしてきておりますがアプリなどがすごいと感じた。
- ・Japan Pageにはぜひエントリーしたいと思う。
- ・色々な分野からのエキスパートを講師として招聘して頂いて、全体として大変興味深かった。
- ・日本産酒類に色々な面で関わっている参加者がおり、セミナー講師も色々な分野からで、とても良かった。
- ・輸出に関して、初めてのセミナーでしたので大変勉強になった。
- ・録画再視聴の機会があると助かる。
- ・1回の開催時間をテーマ2本位で1時間以内にしてほしい。
- ・より詳細な内容を聴きたい。
- ・Zoomの併用もお願いしたい。