

1 酒類製造者等及び酒類卸売業者に対するアンケート調査結果

令和3年酒類業実態調査の調査対象者に対し、輸出の取組等に関するアンケートを実施し、その回答結果を取りまとめたものである。

(1) 輸出を行っていない酒類業者の状況等

輸出を行っていない事業者について、今後の輸出に関する検討状況を集計したものが図29である。1年以内又は将来的に輸出を開始することを検討している事業者の割合は32.8%であった。

輸出を行っていない理由を集計したものが図30である。理由として最も多かったのが「国内販売を最優先している」であり、次いで多かったのが、「忙しくて余裕がない」「きっかけがない」、であった。

今後輸出を検討している国（地域）の上位10か国を集計したものが表58である。アジア向けの輸出を検討している事業者が多く、中でも中華人民共和国及び台湾向けの輸出を検討していると回答した事業者が多かった。

図 29 今後の輸出に関する考え

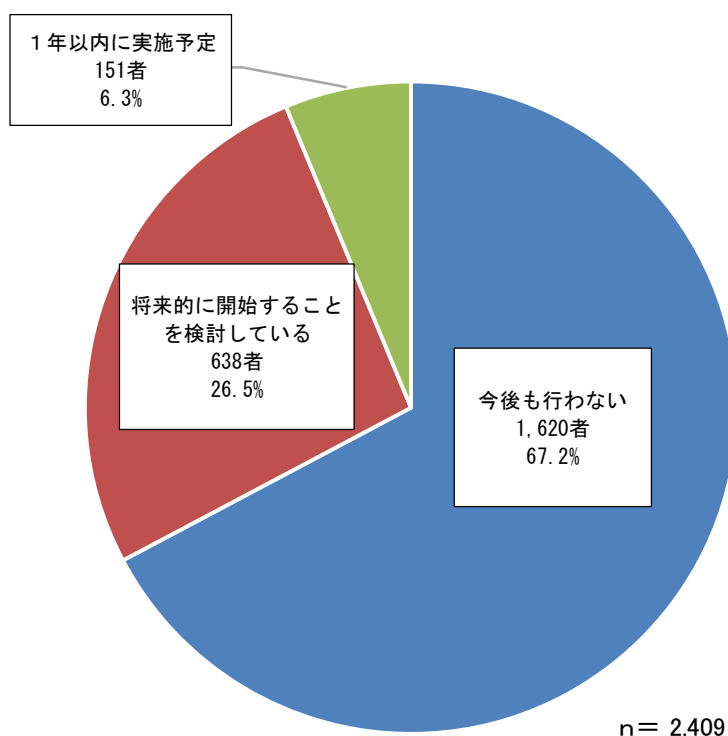


図 30 輸出を行っていない理由

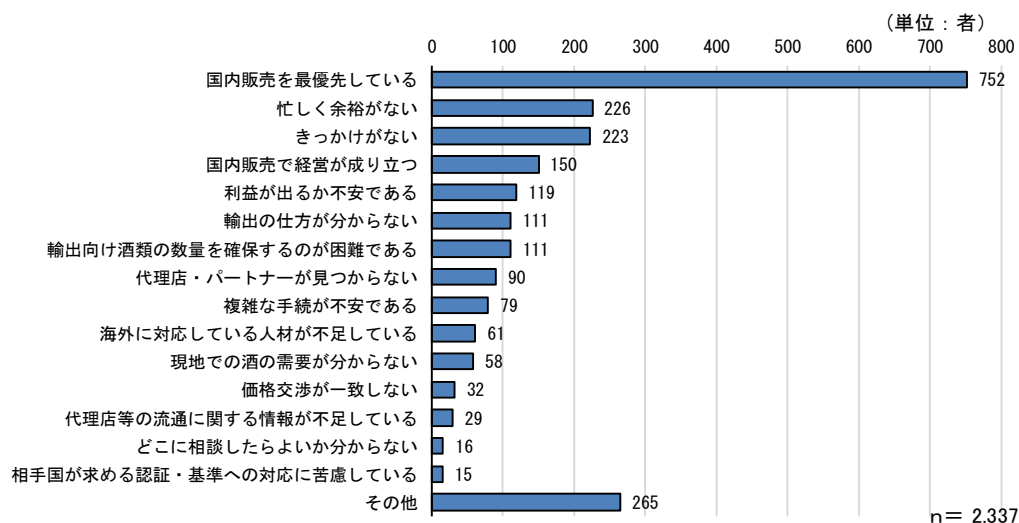


表 58 今後、輸出を検討している国・地域（上位 10 か国（地域））

順位	国名	回答者数	順位	国名	回答者数
1	中華人民共和国	285者	6	フランス	62者
2	台湾	233者	7	タイ	57者
3	香港	172者	8	ベトナム	49者
4	アメリカ合衆国	150者	9	大韓民国	48者
5	シンガポール	131者	10	英国	42者

n = 682

(3か国まで回答可)

(2) 輸出を行っている酒類業者の状況等

イ 取引状況等

輸出先国での主な販売先について集計したものが図 31 である。飲食店向けの販売が 43.4%と最も多かった。輸出に当たって注意している点又は工夫している点について集計したものが図 32 である。「商品企画（ラベル等）」、「商品の発送」、「商談（プレゼンテーション）」について注意又は工夫しているとの回答が多い結果となった。

酒類製造者等の輸出形態を集計したものが図 33 である。直接輸出を行っている酒類製造者等の割合は 16.7%であり、8 割以上の酒類製造者等については、卸売業者や小売業者を通じた間接輸出を行っている。

図 31 輸出先国での主な販売先

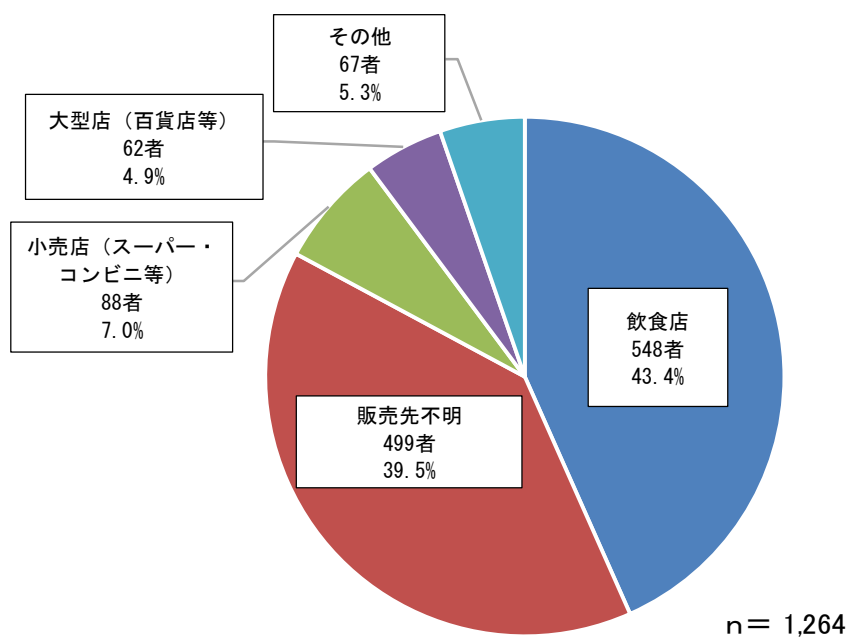


図 32 輸出に当たって注意又は工夫している項目

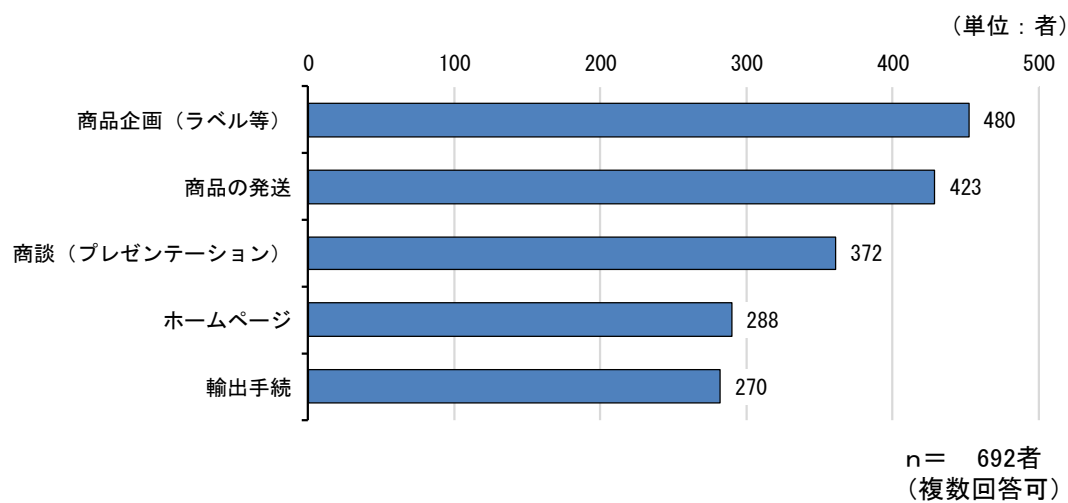
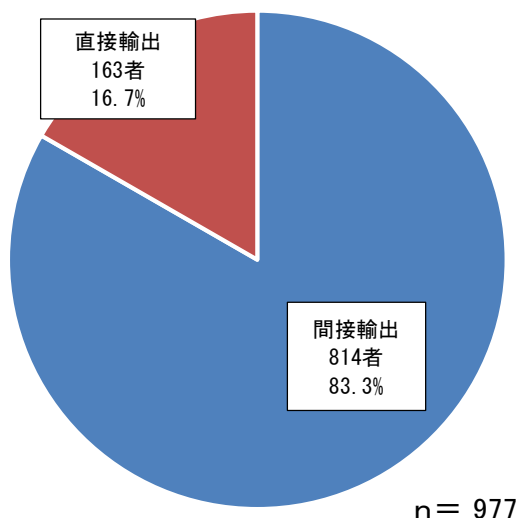


図 33 酒類製造者等の輸出形態

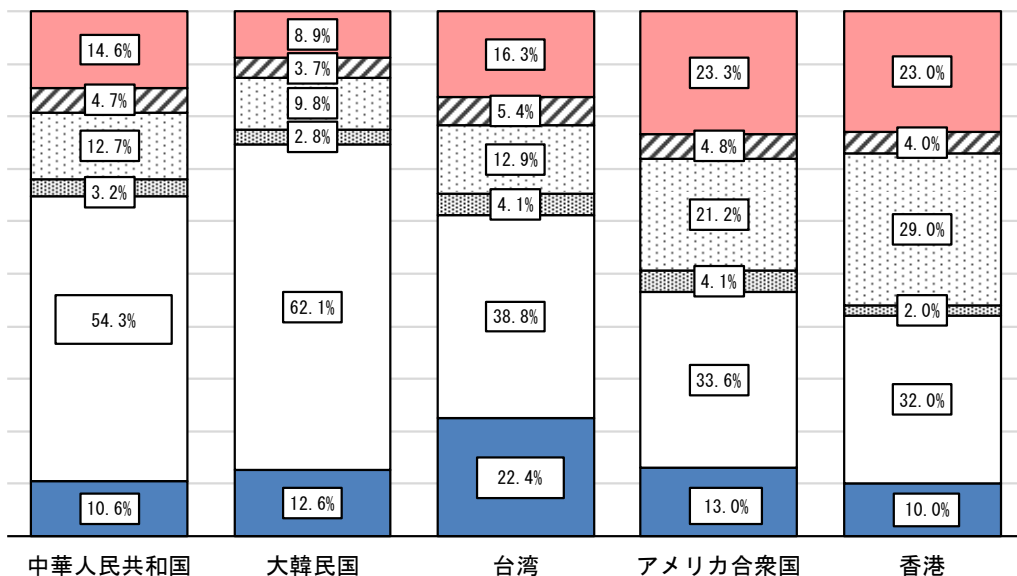


ロ 輸出の取組の障害等

輸出先国（地域）別に、法制度上最も障害になっている事項を、回答数の多かった上位5か国について集計したものが図34である。いずれの国（地域）についても、証明書等の書類の提出が障害となっていると回答した割合が最も高くなった。関税や輸出手続きの煩雑性についても、比較的障害と回答した割合が高かった。

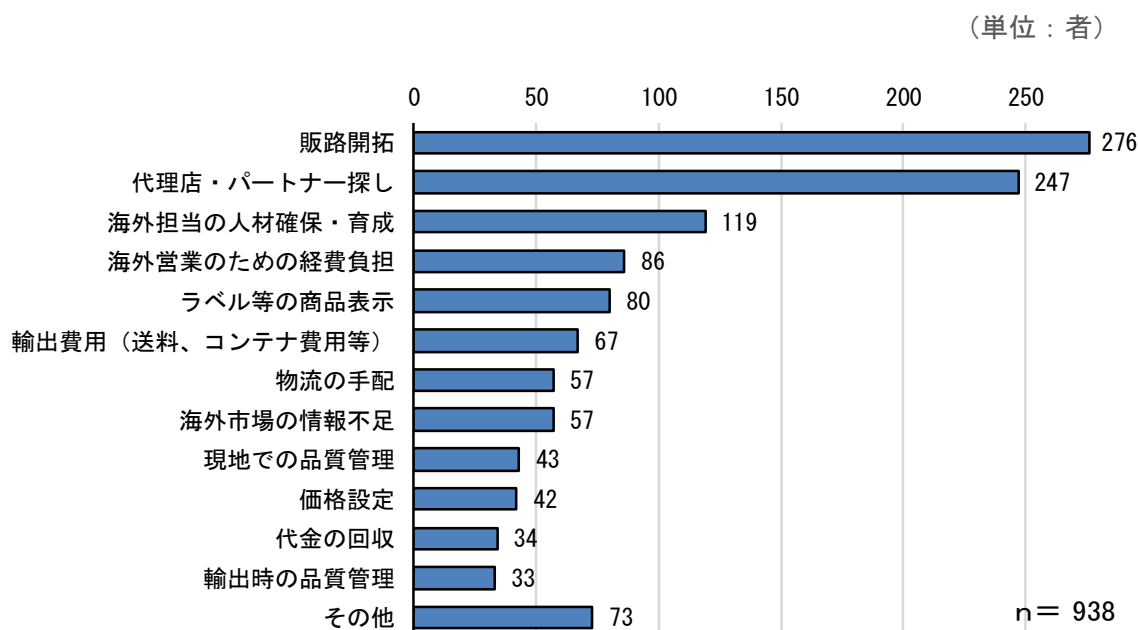
輸出先国（地域）の法制度以外で障害となっていることについて集計したものが図35である。販路開拓及び代理店・パートナー探しに障害となっていると回答した割合が高かった。

図 34 輸出先国（地域）別の法制度上の障害（回答数の多かった上位5国）



■ 関税 □ 証明書等の書類の提出 ▨ その他の内国税 □ 輸出手続の煩雑性 □ 通関検疫 □ その他
 n = 1,128
 (3か国まで回答可)

図 35 輸出先国（地域）の法制度以外の障害



ハ 今後の取引等

今後商談をしたいと考えている国（地域）について集計し、上位 10 か国をまとめたものが表 59 である。今後商談をしたいと回答した数が最も多いのはアメリカ合衆国であり、次いで中華人民共和国、台湾の順となった。

表 59 今後、海外バイヤーと商談をしたいと考えている国（地域）（上位 10 位）

順位	国名	回答者数	順位	国名	回答者数
1	アメリカ合衆国	253者	6	シンガポール	82者
2	中華人民共和国	244者	7	香港	79者
3	台湾	140者	8	オーストラリア	76者
4	フランス	136者	9	英国	75者
5	ベトナム	91者	10	タイ	48者

n = 905
(3か国まで回答可)

(3) 各機関の輸出関連情報（HP等）の活用（閲覧）状況等

各機関の輸出関連情報の利用状況等について集計したものが図 36 及び図 37 である。閲覧したことがあるとの回答が最も多いのは、日本貿易振興機構となった。

図 36 各機関の輸出関連情報（HP等）の閲覧者数

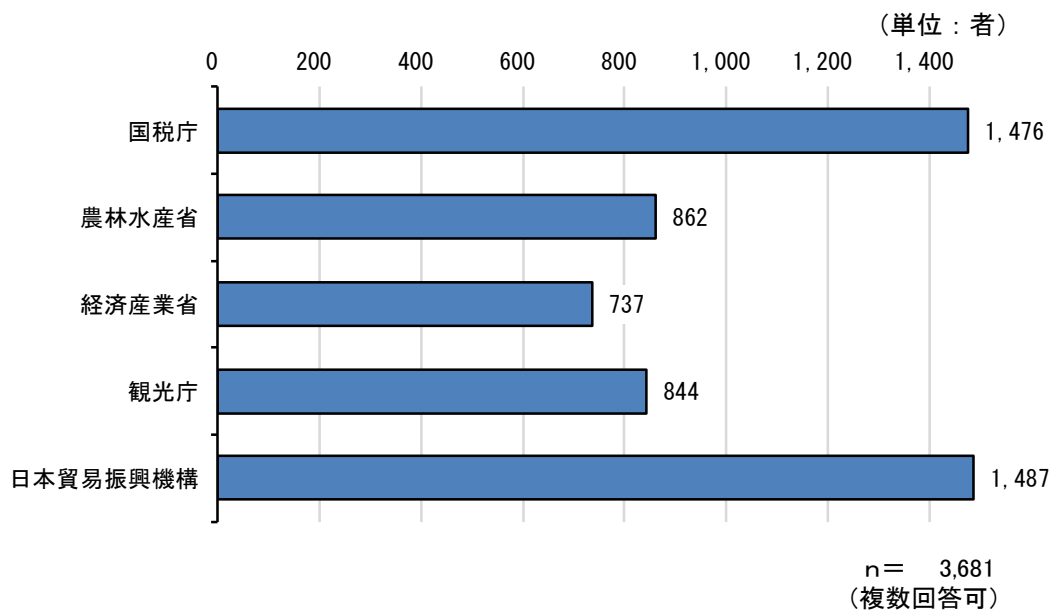


図 37 各機関の輸出関連情報（HP等）の認知状況

