



福井県 黒龍酒造(株)

『顧客との信頼を築き持続した輸出拡大』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

米国、台湾、香港、中国、欧州

【輸出取組の概要】

- ◆ 約20年前にフランス向けに輸出を開始。輸出の主な目的は、商品を通じた福井県へのインバウンド。約15年前の米国・アジアとの取引を契機に、海外消費にも力を入れる。
- ◆ RFID導入により流通過程を監視し、適正に品質管理された日本酒を現地消費者に届け、持続した輸出拡大に繋げる。

【輸出実績】(平成23年頃から本格的に輸出開始)

	輸出額の割合	出荷時期
令和5年度	4.7%	通年
令和4年度	4.7%	
令和3年度	6.7%	



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外市場において、非正規流通による並行輸入品が多く出回るようになり、現地の正規販売者が営業活動をする上で、大きな障害となっている。
- ・ 営業担当者と現地スタッフとのコミュニケーション不足。

【生じた課題への対応】

- ・ 流通管理を強化する対策として、商品の流通経路を確認することが可能なRFIDを導入。
- ・ ISO22000を令和6年に取得。
- ・ 社員が現地に出向き、同行営業や勉強会を行うなど、担当者レベルでのコミュニケーションを図った。
- ・ 日本酒をとりまく文化発信の複合施設「ESHIKOTO」を開設。一般客だけでなく、海外のインポーターやシェフも来訪し、産地の風土を体感していただいている。

【対応の結果】

- ・ インポーターや消費者に自社が品質を守る姿勢を明確にして、流通過程においても自社商品の品質を担保することで顧客の信頼を獲得。
- ・ 現地スタッフとの相互理解が深まり、適切な対応が取れるようになった。また現地スタッフの商品知識が向上し、売上増につながった。
- ・ シェフなど海外の需要者に産地の風土を体感してもらうことにより、ブランドの理解が深まった。また、新たな商品開発にもつながっている。

【今後の課題・展望】

- ・ 資材価格高騰に対して商品リニューアルによる価格の見直しや梱包材料等の見直しによるコスト削減を模索。
- ・ 黒龍ブランドとして、顧客からは「品質を担保し、適正な価格である」との信頼を大切にしながら、継続した輸出拡大に取り組む。
- ・ さらにブランド価値を高め、商品単価の向上に取り組む。

【活用した支援・施策】令和元年度補正食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.kokuryu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 出口 敦子 TEL: 0776-61-6110



2020年にRFIDを導入



2019年NYでの試飲会

