

令和3年度

海外向け戦略的サプライチェーン構築推進事業（令和3年度第1号補正）

実施報告書

2023.6.21

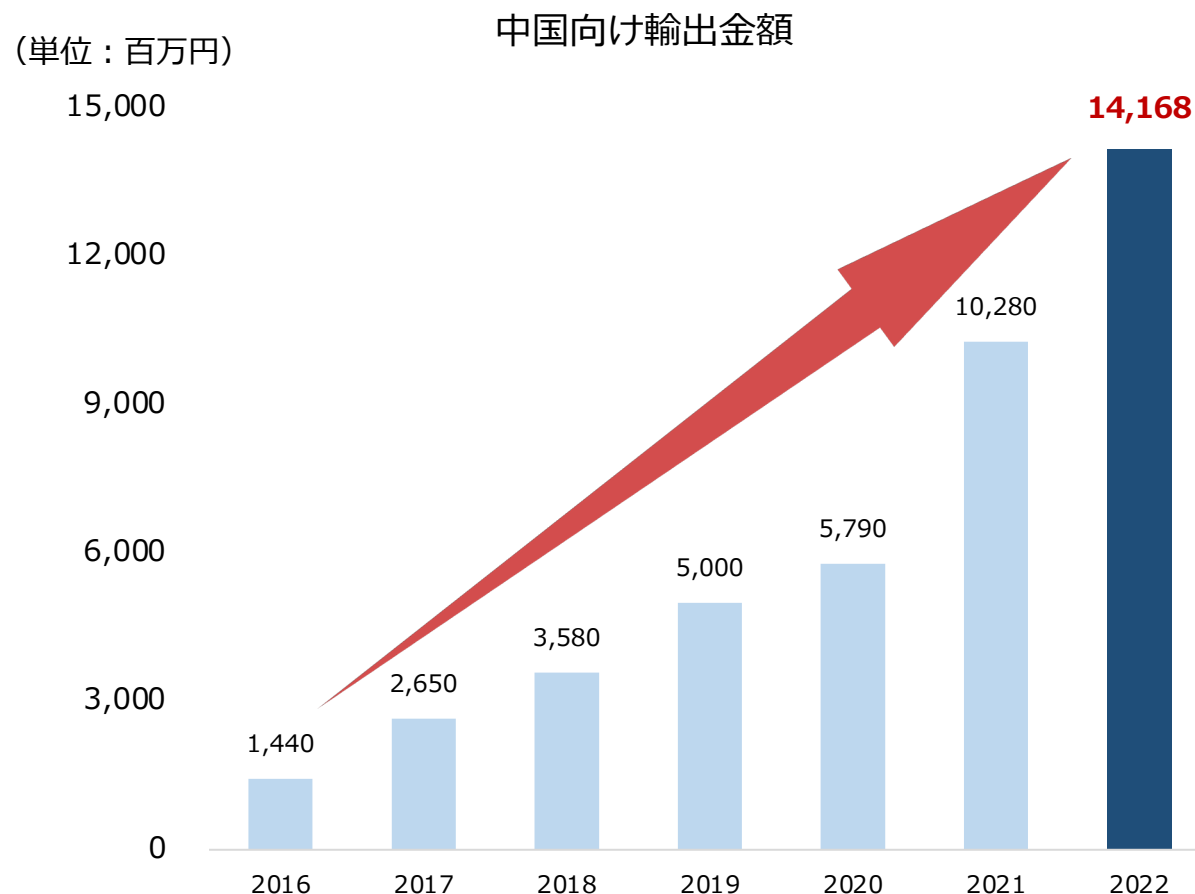
代表：株式会社オープンゲート

目次

1. 背景 - 日本酒・日本産食品の海外輸出状況
2. 日本酒の輸出拡大に向けた設計時点の課題
3. 日本酒の輸出拡大にかかる戦略構図
4. 課題を踏まえた本事業のアプローチ
5. 本事業の実施体制
6. 事業の成果
7. 本事業における新型コロナウイルスの影響
8. 本事業による示唆（課題）
9. その他弊社独自の取り組み

1 背景① - 日本酒の海外輸出状況

- 2022年の日本酒輸出金額は**475億円**を記録し、**13年連続**で過去最高を記録。（2021年比:118.2%）
- 特に中国向け輸出金額の伸びが好調であり、**141億円**の実績を記録。（全体シェア率:30%, 2021年比:137.8%）
- 中国が日本酒の海外輸出を大きく牽引しており、市場ポテンシャルが大きい。



輸出金額上位5カ国で
全体の78%のシェアを有する。

単位: 百万円

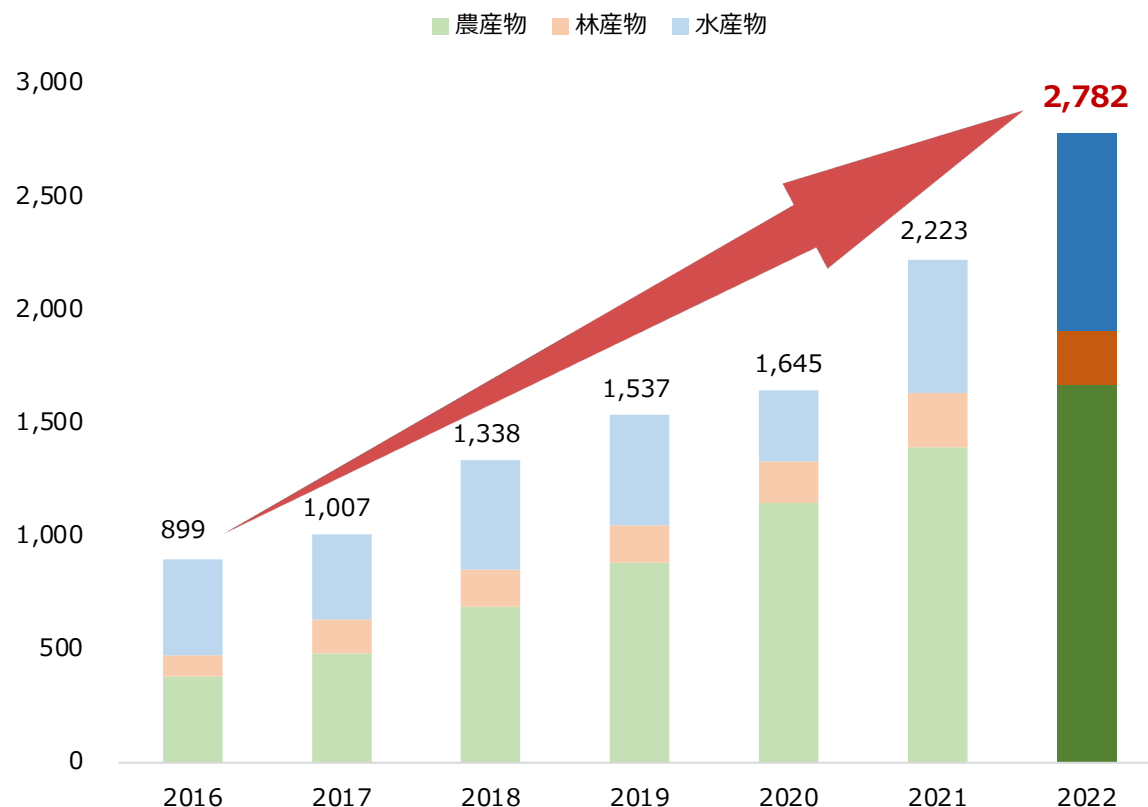
金額順位		2021	2022	2022/2021
1	中華人民共和国	10,279	14,163	137.8%
2	アメリカ合衆国	9,591	10,929	114.0%
3	香港	9,308	7,115	76.4%
4	大韓民国	1,503	2,523	167.9%
5	シンガポール	1,802	2,325	129.0%

出典:財務省貿易統計

1 背景② – 日本産食品の海外輸出状況

- 2022年の**中国向け**農林水産物・食品の輸出金額は**2,782億円**を記録。（2021年比:125.1%）
- 特に中国は**国別で No.1** の輸出金額を有する重要なマーケット。
- ホタテ貝やなまこが代表品目。

(単位：億円) 中国向け農林水産物・食品の輸出状況



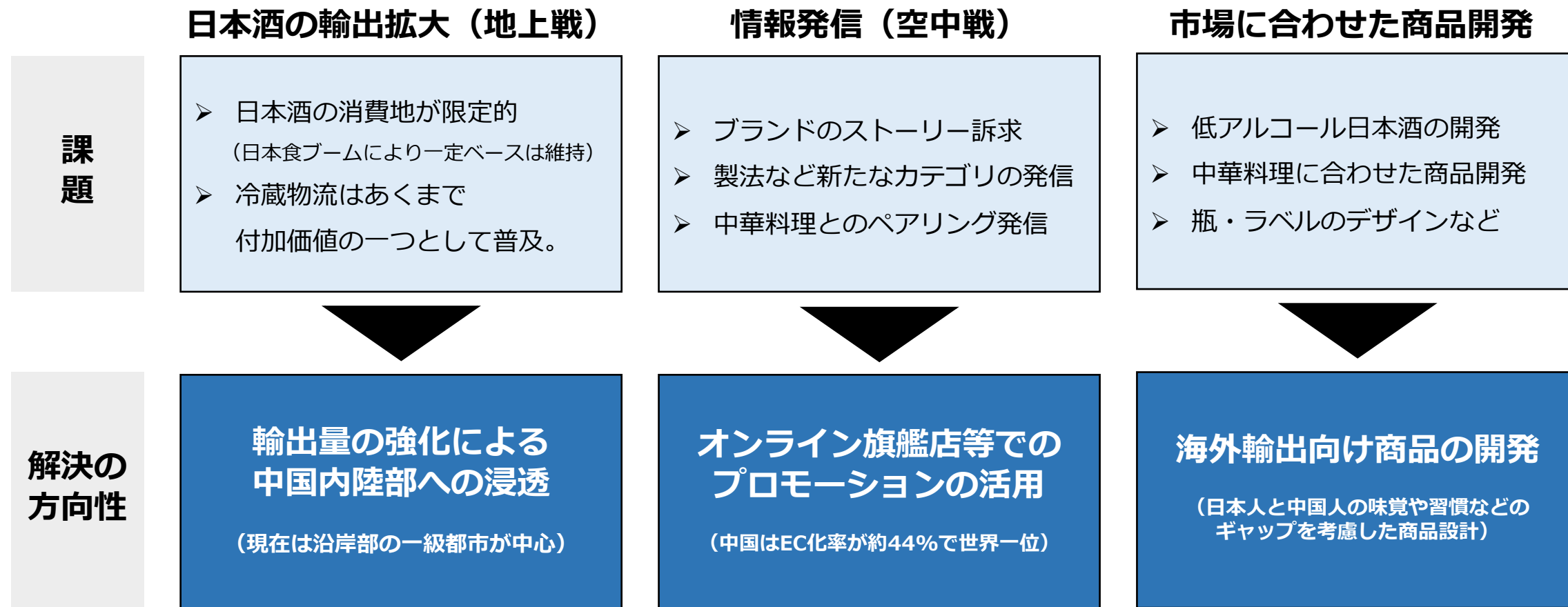
単位：億円

金額順位		2021	2022	2022/2021
1	中華人民共和国	2,223	2,782	125.1%
2	香港	2,190	2,086	95.3%
3	アメリカ合衆国	1,683	1,939	115.2%
4	台湾	1,503	1,489	99.1%
5	ベトナム	585	724	123.8%

出典:財務省貿易統計

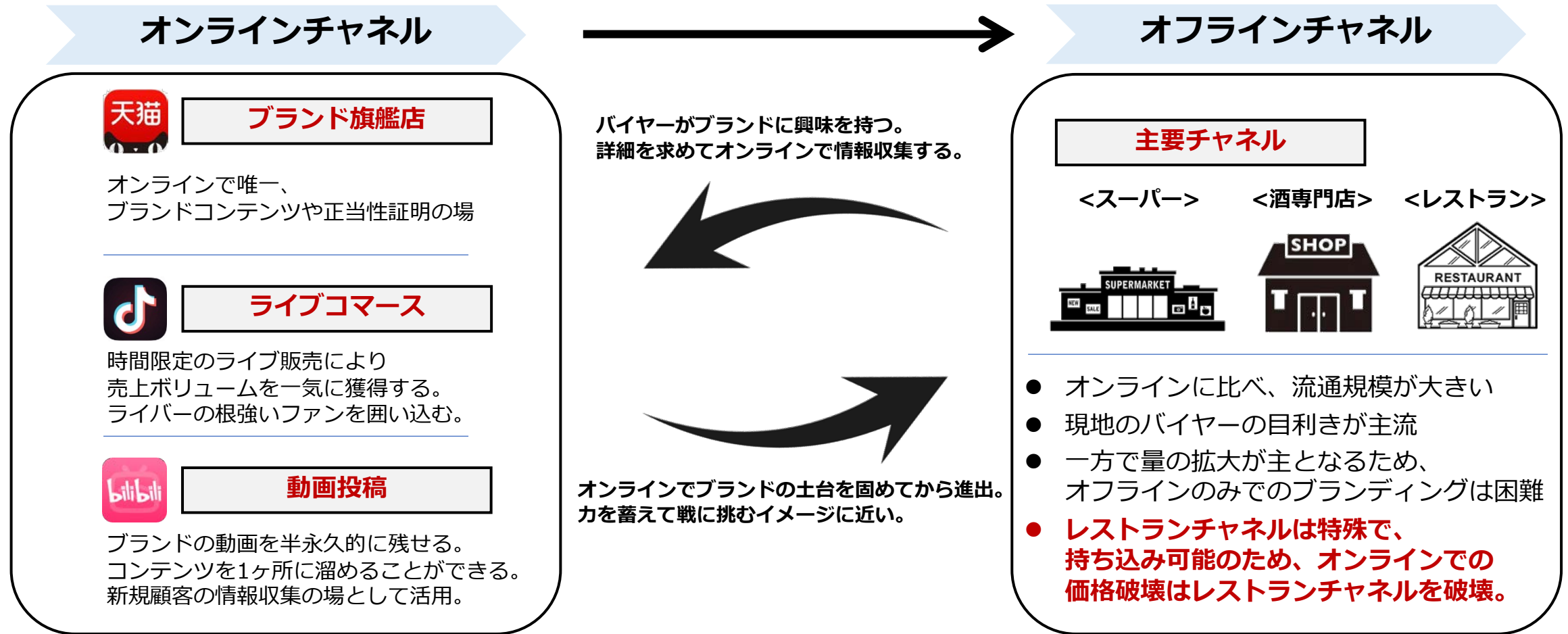
2 日本酒の輸出拡大に向けた設計時点の課題

本事業の設計時点における課題と、解決に向けたアプローチは以下のとおり。



3 日本酒の輸出拡大にかかる戦略構図

- また、中国は**オンライン先行型**の市場になっている。※BtoCのEC化率は**44%**で世界第一位
- オンラインとオフラインは常に連動しており、**情報発信**が非常に重要となる。
- **人気の着火剤**であるオンライン市場を活用し、オフラインでの販売拡大が実現すると考える。



4 課題を踏まえた本事業のアプローチ

本事業では、日本酒の**輸出数量の強化**に注目し、流通規模の拡大（オフライン）に取り組んだ。
 併せて“**空中戦**”として、オンラインでのブランド宣伝と冷蔵物流に対する付加価値の訴求を実施。
 最終的には**日本産食品全体への応用**を目指し、冷凍・冷蔵物流を活用した越境ECの仕組み構築を目指した。

オフライン（日本酒）

日本酒のオフライン輸出事業者がコンソーシアムに参画。
 盤石なサプライチェーンを活用し、冷蔵物流を強化しながら、**量の拡大**を図る。



オンライン（日本酒）

日本酒のオンライン販売に強みを持つ弊社がTmall及びTikTokにて日本酒のブランド発信を実施。
 オフラインと並行して、オンラインの“空中戦”を展開。



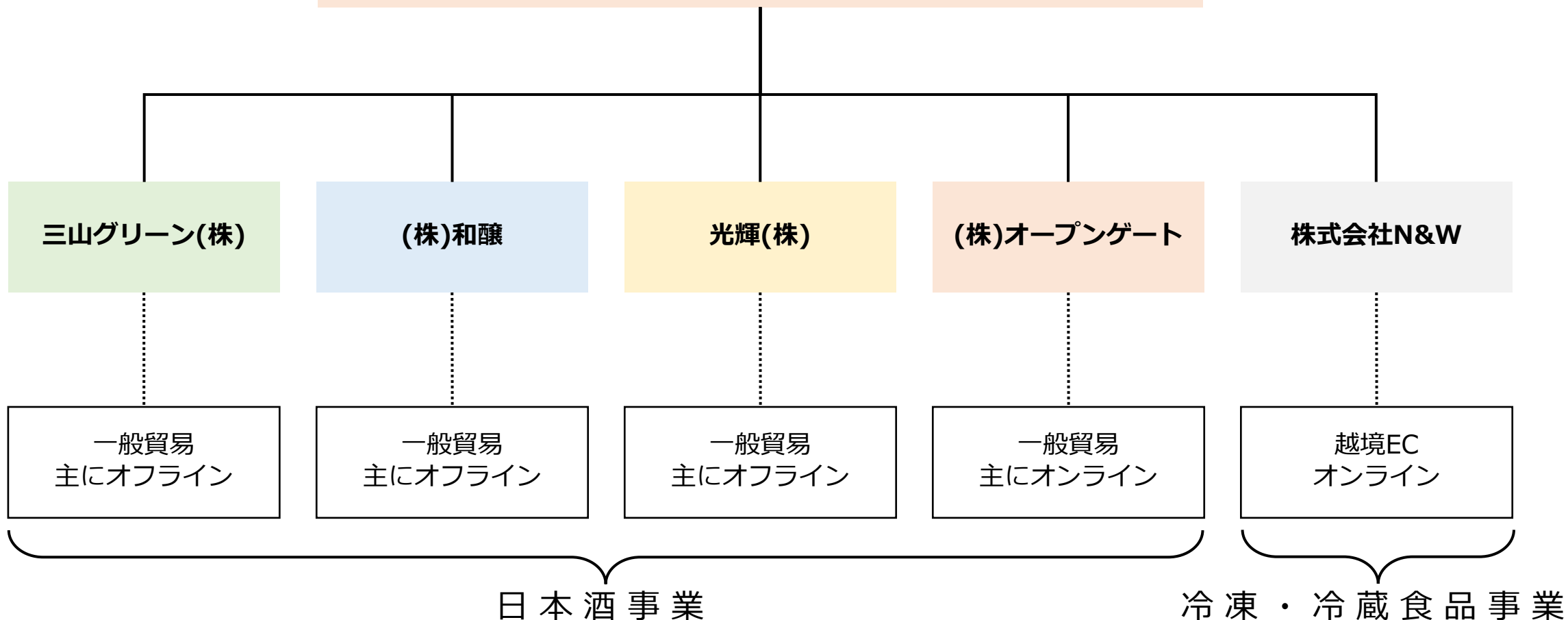
越境EC（冷凍・冷蔵食品）

新たなサプライチェーンとして、日本産食品の冷凍・冷蔵物流の仕組み構築を目指す。
 日本酒にとどまらず、越境ECを活用した日本産食品全体の輸出拡大を目指す。

5 本事業の実施体制

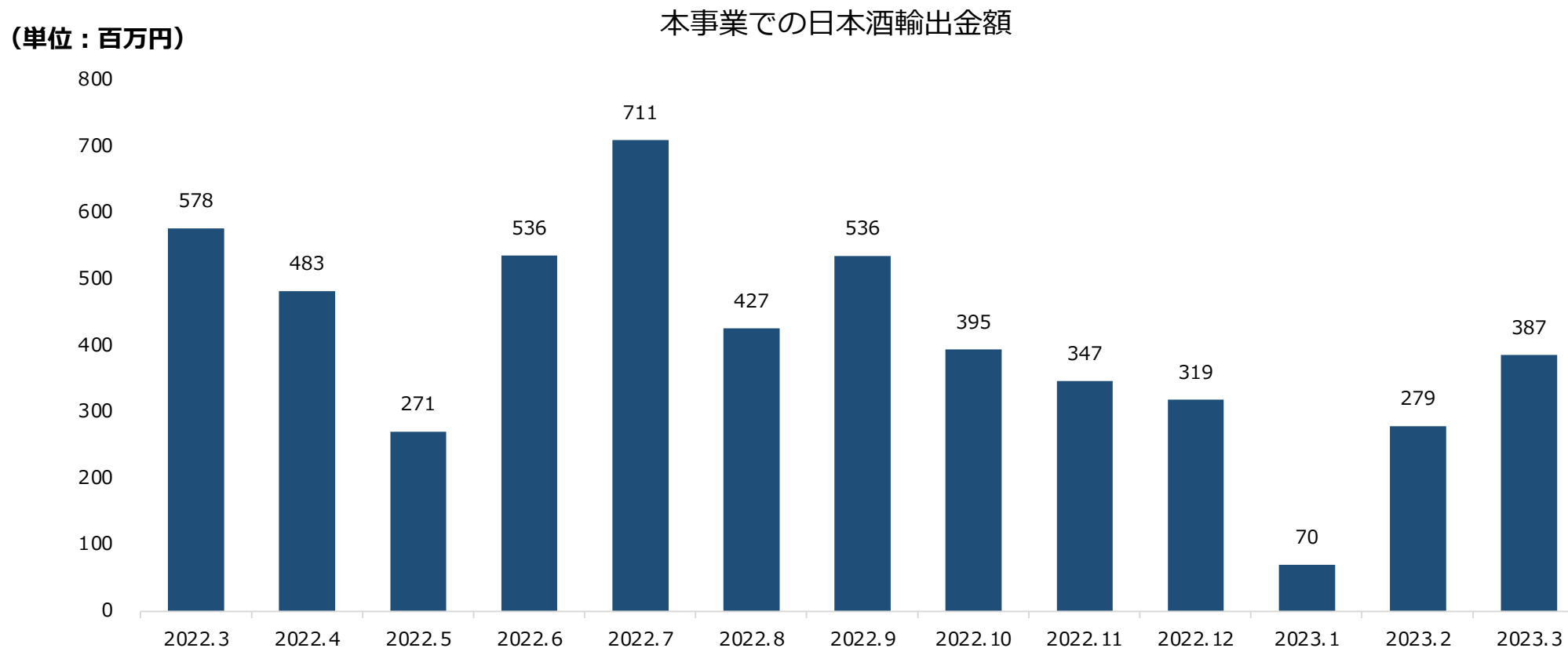
事業期間：2022.3(中旬)～2023.3(中旬)

代表団体：(株)オープンゲート



6 事業の成果① – コンソーシアム全体の日本酒輸出金額

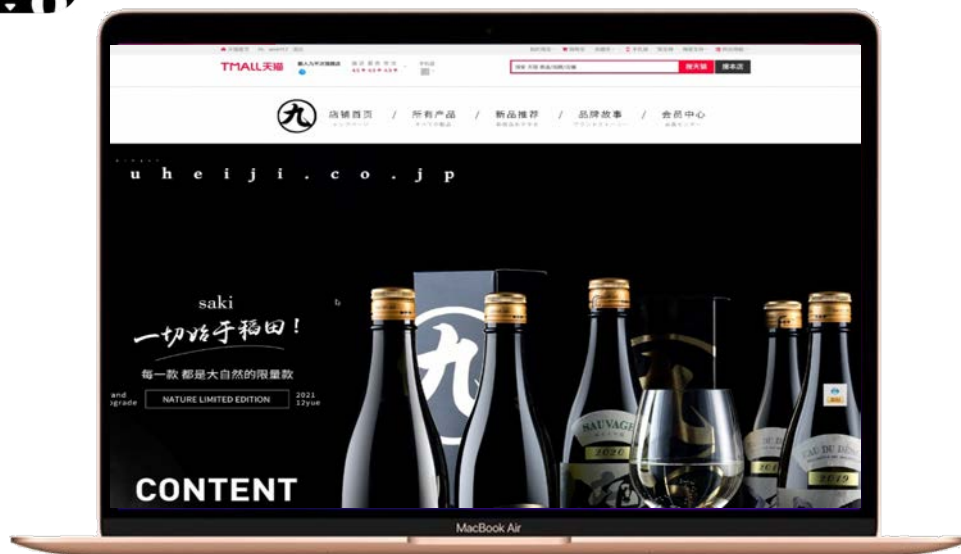
- 本事業期間における日本酒の輸出金額は述べ**53.4**億円を記録。（2022年中国向け日本酒輸出金額の**38%**）
- 特にオンラインチャネル（飲食店/小売店）は新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。
- コールドチェーンの整備により、**生酒**等、市場に認知されていない新たなカテゴリが参入。



※各社集計データより

6 事業の成果② – 日本酒のオンラインプロモーション

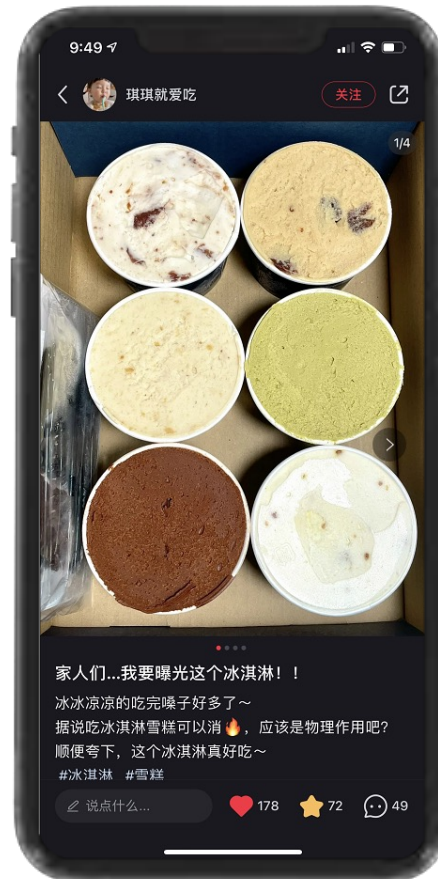
- 継続的な輸出拡大にはオンラインでのブランディングが鍵となる。
- 中国のSNSプラットフォームをはじめ、複数のチャンネルでブランドに関する情報を発信。
- ブランディングに投資することで、**継続的な輸出拡大**を狙う。



※本事業において発信したコンテンツの例

6 事業の成果③ – 冷凍・冷蔵食品の越境EC

- 北海道のジェラートブランドを商材としてKOLを活用したテストプロモーションを実施。
- 今後、越境ECに参入するメーカー様が克服しなければならない課題が判明。



※本事業において発信したコンテンツの例

7 本事業における新型コロナウイルスの影響

1. オフラインチャネルの消費低迷

上海ロックダウン（2022.4～2022.5）をはじめとした、中国各都市での行動制限・外出自粛により、レストランでの消費量が大幅低下。



出典:ABEMA news

2. サプライチェーンのストップ

貨物輸送の寸断、倉庫作業のストップにより、港での停泊期間が延長。中国国内に商品が入らない（モノが届かない）状況が続いた。

3. 店頭での在庫過多 仕入れ控え

ロックダウン解除後は物流機能が徐々に回復したものの、レストランや百貨店での**在庫過多**が問題に。結果、仕入れそのものが伸び悩む結果となった。

上海を通過するトラックの指標



注：1日当たりのトラック通行量に関する指数（2019年 = 100）
出所：万得信息技术（ウインド）

8 ①本事業による日本酒に関する示唆（課題）

流通管理 価格統制

流通拡大に伴い、**品質管理が行き届いていない業者**も自然増加。日本酒の定着には、現地事業者の品質管理の意識向上が必要。**価格競争による価格乱れ**が一般消費者によるブランドイメージ低下に起因する可能性がある。

地酒ブランド の知名度向上

最大の課題は、オンラインでのブランディングやプロモーションへの**投資が困難**であること。「初回以降の発注が来ない」など。各種補助金を含む、メーカー様が継続的に輸出拡大できる仕組み整備の環境を改めて見直す必要がある。

日本酒の 啓蒙・教育

日本酒の製法や飲み方による違いなど、**日本酒が本来有する価値**がまだまだ普及していない。が多くある。今後、マス層に広げていくには、中華料理とのペアリングなども確実に必要になってくる。

8 ②本事業による冷凍・冷蔵食品に関する示唆（課題）

価格設定

物流費や税金などを含めると、価格は現地相場よりも高くなる。価格に見合った商品であることを伝えていくには、販売と同時に、ブランディングやプロモーションが必要になってくる。

消費期限

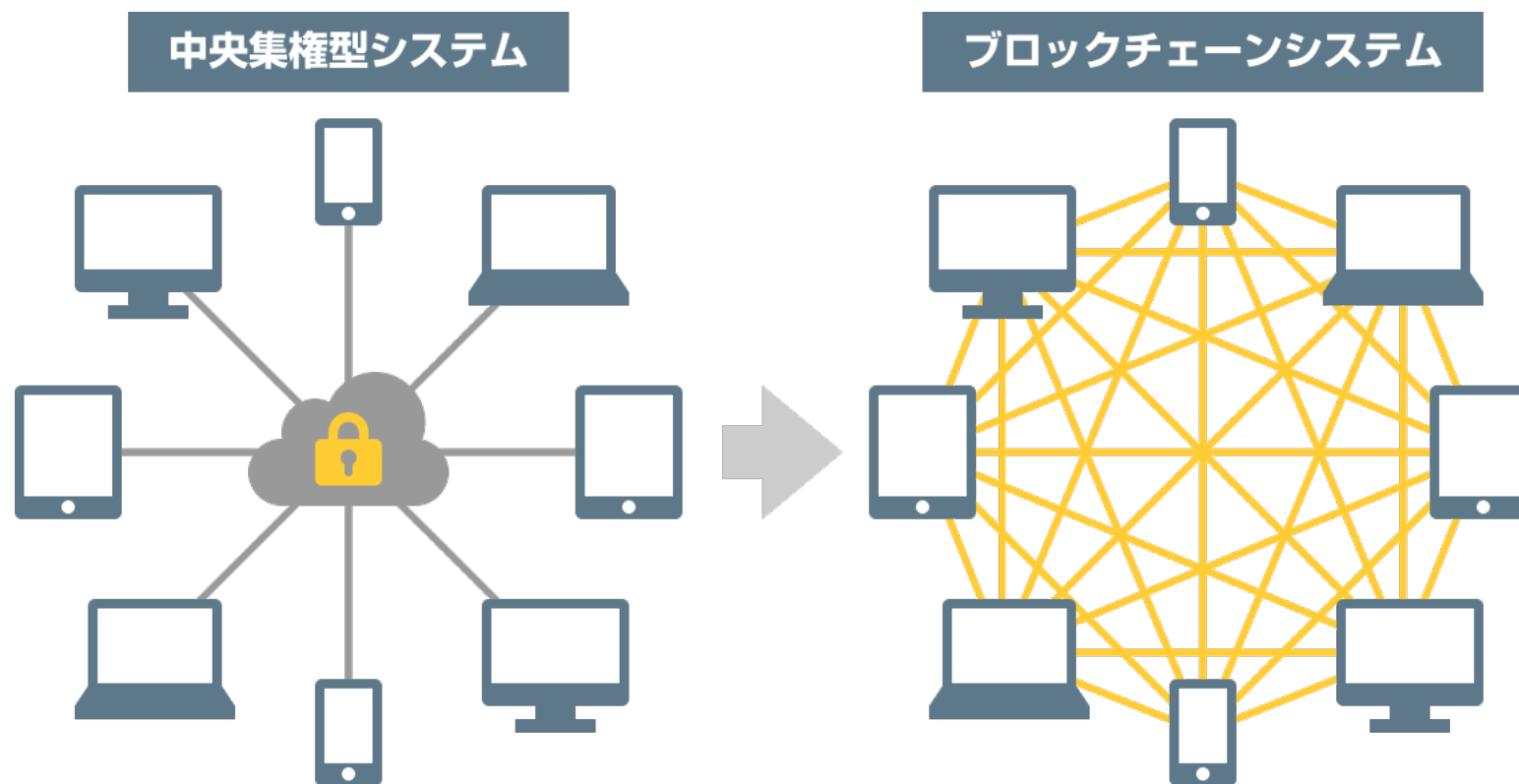
日本国内での消費を前提とする場合、賞味期限はほとんど考慮されない。長期間の保存を想定した商品設計も必要になってくると考える。海外向け商品を専用ラインで開発していくことが求められる。

味 フレーバー

日本人向けの商品設計が必ずしも現地の顧客にマッチするとは限らない。海外の消費者の嗜好に合わせた商品開発もこれから必要になってくる。

9 その他弊社独自の取り組み – ブロックチェーン技術の応用

- データの分散管理システムにより、高い**改ざん性**、データの**透明性** を担保することが可能。
- 海外では、偽造品や並行輸入品等の課題から、**ブランドを守技術**として普及している。



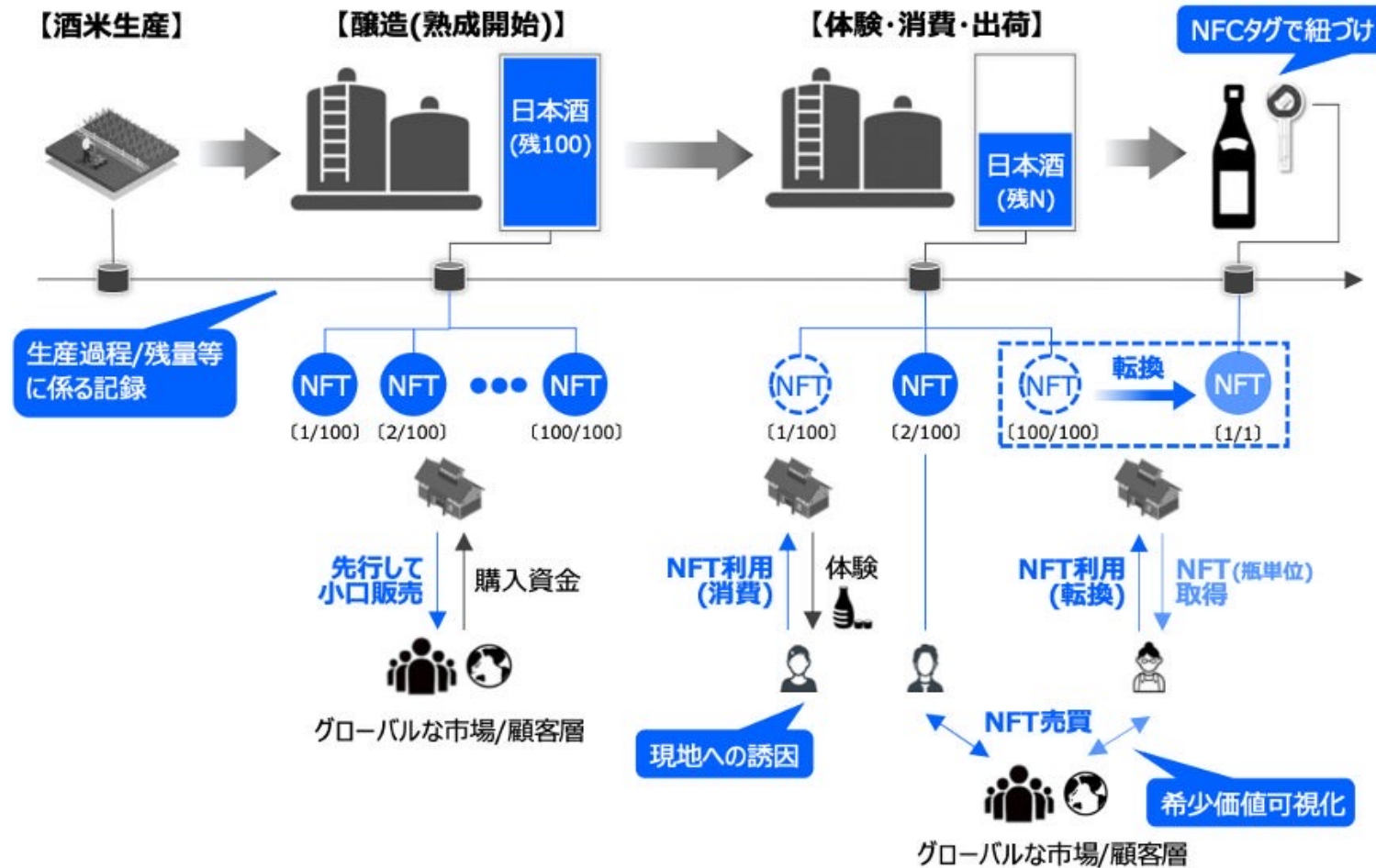
9 その他弊社独自の取り組み – NFCタグ

- ①開封検知機能による**真贋証明**（偽造品や並行品への対策）例：中国における香港経由の並行品の流通対策
- ②ブランドコンテンツの発信（**マーケティング**への活用）例：ブランドストーリー、ペアリングの発信
- ③**トレーサビリティ**機能（消費地域、時間などマーケティング情報の獲得）例：流通経路、主力消費地の分析



9 その他弊社独自の取り組み - 日本酒のトークン販売

リアルアセットやトレーサビリティ情報を紐づけた日本酒に関する権利をトークンとして販売する仕組み。
弊社はそのような商品が集結するプラットフォームを開発中。



株式会社オープンゲート 三菱UFJ銀行主筆のトレーサブルNFT*1の基盤割りと、
世界初*2の日本酒トークン発行共同事業におけるワーキンググループ (WG) にECプラ
ットフォーム技術提供者として参画

株式会社オープンゲート
© 2023年1月21日 10時20分

三菱UFJ銀行株式会社 (取締役社長: 高島 雅也氏)、以下「三菱UFJ銀行」、S&Pレーサビリティ株式会社
(本社: 東京都港区、代表取締役: 堀島 智氏)と共同で、以下「S&Pレーサビリティ」は、三菱UFJ銀行株式会社
が主催する「デジタルアセット共同コンソーシアム」、(株)「DOC」、奈良先端科学技術大学院大学において、酒類の流通・取引の
透明化・効率化を目的として、「日本酒トークン」の発行を計画している。日本酒の流通・取引の透明化・効率化
を目的とした「日本酒トークン」の発行を計画している。日本酒の流通・取引の透明化・効率化を目的として、
三菱UFJ銀行株式会社は本WGにおいてECプラットフォーム技術提供者として参画する。

(1) オープンゲートについて
オープンゲートは、日本酒の多様性や個性、伝統、歴史を正しくグローバルに発信していくことを目指し、これま
で多くの観光客が抱える課題に対して二人三脚でサポートしてまいりました。中国をはじめとする海外への輸出、
Amazonや楽天、自社ECサイトをはじめとする国内EC領域でのサポートも主に事業展開してまいりました。
オープンゲートの使命である「日本のクラフト文化を世界に広げること」を目的に、本WGにおいてECプラットフ
ォーム技術提供者として参画し、単なる日本酒の販路拡大だけでなく、観光客が本来求める多様な価値観を
セットで体験できる仕組みを構築することで、真の地方創生を目指します。
観光客が主人公となり、酒の銘柄だけでなく伝えきれない歴史・多様性・希少性を直接エンドユーザーに届ける
ブロックチェーン技術を活用したECプラットフォームを開発することで、観光客では獲得できないグローバル層
の市場と、新規顧客層にアプローチする仕組みを構築します (2023年度リリース予定)
※開発中のプラットフォームの紹介映像はこちらにてご確認ください。

<https://www.youtube.com/watch?v=thv51A4r6-Y>

※PRTIMESにて配信

資料は以上となります。

<株式会社オープンゲート お問い合わせ先>

Tel : 03-6403-7708 (代表)

mail : official@opengate-crossborder.co.jp

HP : <https://www.opengate-crossborder.co.jp>

弊社のプレスリリース記事はこちら↓

