

輸出事業計画

※申請者名：チーム鳥取・インド輸出蔵元会

品目：日本酒、リキュール

1. 輸出における現状と課題

【現状】＜これまでの取組＞

当会では、インド市場への進出を目指し、2020年から輸入条件調査、商談会や見本市への参加を開始した。インドの規制・慣行・ニーズ（スペック、量、品質、価格）に対応した輸出を行い、現地のビジネス慣習や法規制に関する専門家の意見を取り入れるなど、輸出促進のための環境整備を強化してきた。

2023年度には、マハラシュトラ州、カルナタカ州において鳥取県主催事業との相乗効果を狙ったプロモーション、現地輸入業者との共同による試飲会を行い、2度目の輸出を実現した。

2024年3月現在、鳥取県のインド進出酒造メーカー数7社は日本全国最大でありインド市場へのパイオニアとしての役割を果たしている（2位は兵庫県の6社、MSG社調べ）。

【課題】

○プロを対象とした認知度向上の必要

インドで開催される酒類の国際展示会（Vinexpo, Prowine）に参加する審査員（ワインのプロ）でも日本酒（日本酒ベースのリキュールを含む。）の認知度が低い。

○韓国「そじゅ」による市場占有化

価格が日本酒の1/4で価格競争力があり、Netflixによる韓流ドラマを使用したPRで消費者をつかんでいる。日本酒そのものの普及、早急なブランド確立が今後の輸出拡大戦略のために必要。

○GI「日本酒」登録完了後の対策

2024年4月1日付で「GI日本酒」がインドでの登録を完了し、これにより成分分析証明書添付問題が解消したことから、他県グループや他県酒造メーカーのインド市場への進出が想定されるため、輸入業者とのコミュニケーション強化が必要である。

2. 輸出事業計画の取組内容

○インドにおける日本酒（日本酒ベースのリキュールを含む。）の知名度、認知度が低いという課題を解決するため、マスター・ワインやソムリエなどプロを対象とした認知度向上・販売促進PRを行う。

○Vinexpo等の展示商談会にブース出展をし、輸入業者の新規開拓を行う。

○インド人目線での発信による現地消費者に刺さりやすいブランド周知を狙い、消費者を対象とした認知度向上・販売促進PRを行う。

○輸出コーディネーターを起用し、専門的な知見も踏まえつつ、適時的確に現地情報を取得し、輸入業者とのコミュニケーションを強化して販路開拓に生かす。

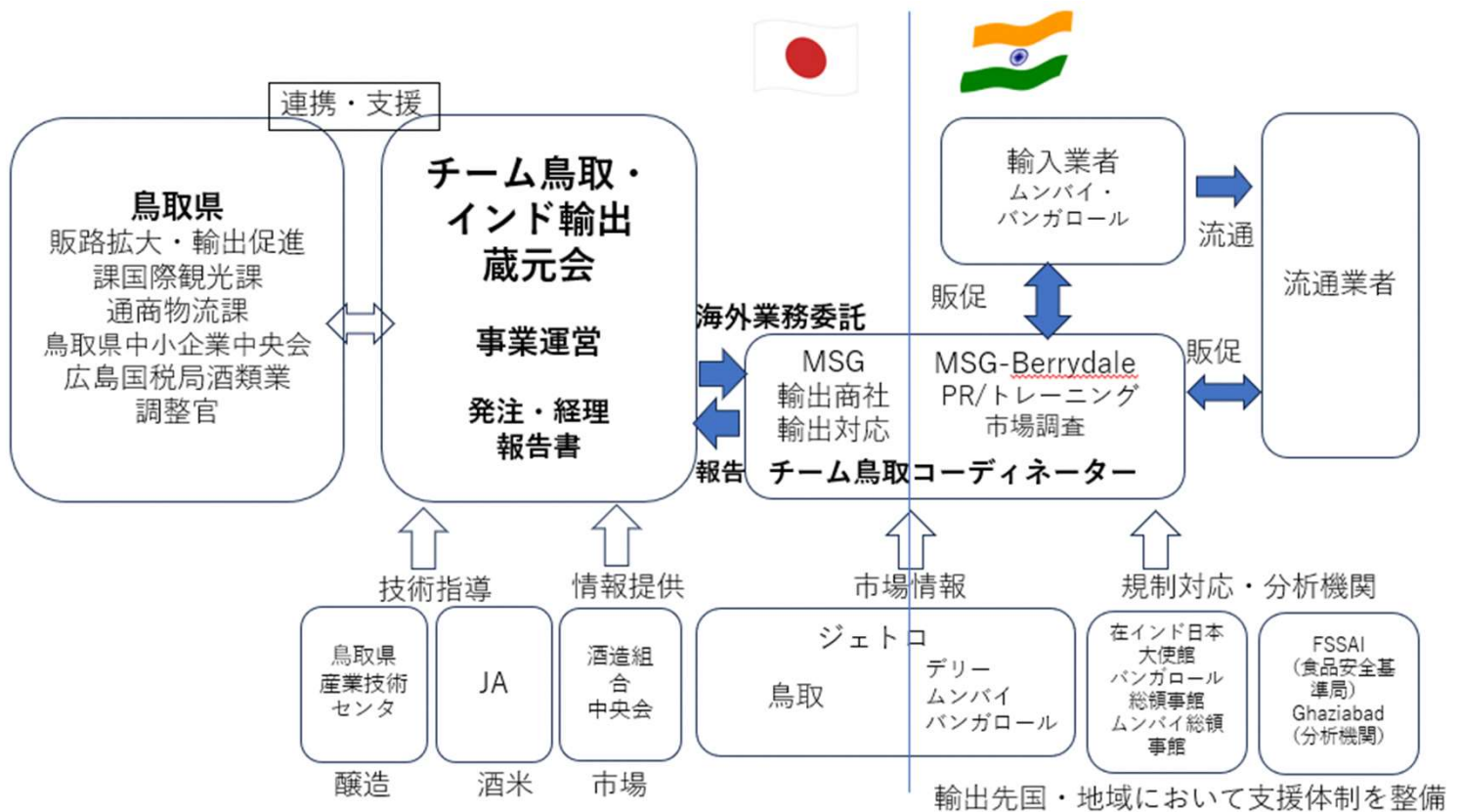
取り組みに当たっては、6社がチームとして一体的に取り組むメリット（バラエティに富んだ日本酒の提案など）を最大限に活用する。

輸出事業計画

※申請者名：チーム鳥取・インド輸出蔵元会

品目：日本酒、リキュール

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



注釈)MSG:MIKA SAKE GLOBAL(株)

4. 輸出目標額

品 目		現状 R5年度	目標年 R8年度
日本酒	輸出額(千円)	1,250	21,462
	輸出量 (L)	864	16,114
	輸出先国	インド	インド
品 目		現状 R5年度	目標年 R8年度
リキュール	輸出額(千円)	-	630
	輸出量 (L)	-	360
	輸出先国	インド	インド