

輸出事業計画

※申請者名：明利酒類株式会社、品目：ウイスキー・ジン

1. 輸出における現状と課題

【現 状】

- ・1980年、国内主要取引先からの要請をきっかけとして輸出を開始。
- ・現在では、清酒やリキュール、ジン等、複数のカテゴリーに幅を広げ、アジア各国を主力とし計20ヶ国への商流を構築。
- ・国内消費の減少が続く中で、持続的な事業成長に必要不可欠な重要施策と位置付けている。

【課 題】

さらなる輸出拡大には、既存輸出国におけるシェアアップに加え欧米諸国等への新規エリア開拓が必須。現状の課題認識は下記の通り。

<生 産>

- ①現地バイヤーからの国際認証取得要請への対応
- ②充填工程における衛生環境の向上

<販 売>

- ①海外における企業（商品）の認知度向上
- ②新たなニーズ・顧客の掘り起こし（既存輸出国）
- ③現地大手ディストリビューターの発掘（新規開拓エリア）

2. 輸出事業計画の取組内容

【課題解決に向けた取組内容】

<生 産>

- ①ISO22000の取得（ウイスキー・ジン）
- ②施設改修・充填設備等の導入を通じた充填工程の衛生環境の向上（生物的危害要因の排除、人的ハザードの抑制等）

<販 売>

①他社に負けない「強いブランドづくり」

- ・2024年10月より新規発売した「高蔵ブランド（ウイスキー）」を販売戦略の核に据えてブランド力向上に取り組み、「高蔵」＝「明利」という消費者認知を拡大。
- ・新たなニーズ・顧客の掘り起こしを進め、他商品への商流の横展開や高蔵ブランドの拡充等を通じて輸出拡大を図っていく。

（取組例）

- 「高蔵」を軸に開拓した販売チャネルに他商品を乗せていく（ジン、清酒、リキュール等）
- 高蔵の名を冠する新商品開発（ジン等）

②「高蔵」を軸としたリブランディング

- ・アジアを中心とした既存輸出国では、SAKE人気を背景に年々競争が激化しており、新たなニーズや顧客の掘り起こしが急務。
- ・「高蔵ブランド（ウイスキー）」の新規投入、また、既存販売先と連携の上、展示会やイベント参加時等におけるプロモーションを同ブランドに集中させリブランディングに注力。高蔵ブランドを起点に他商材の拡販にも繋げ、輸出拡大を図っていく。

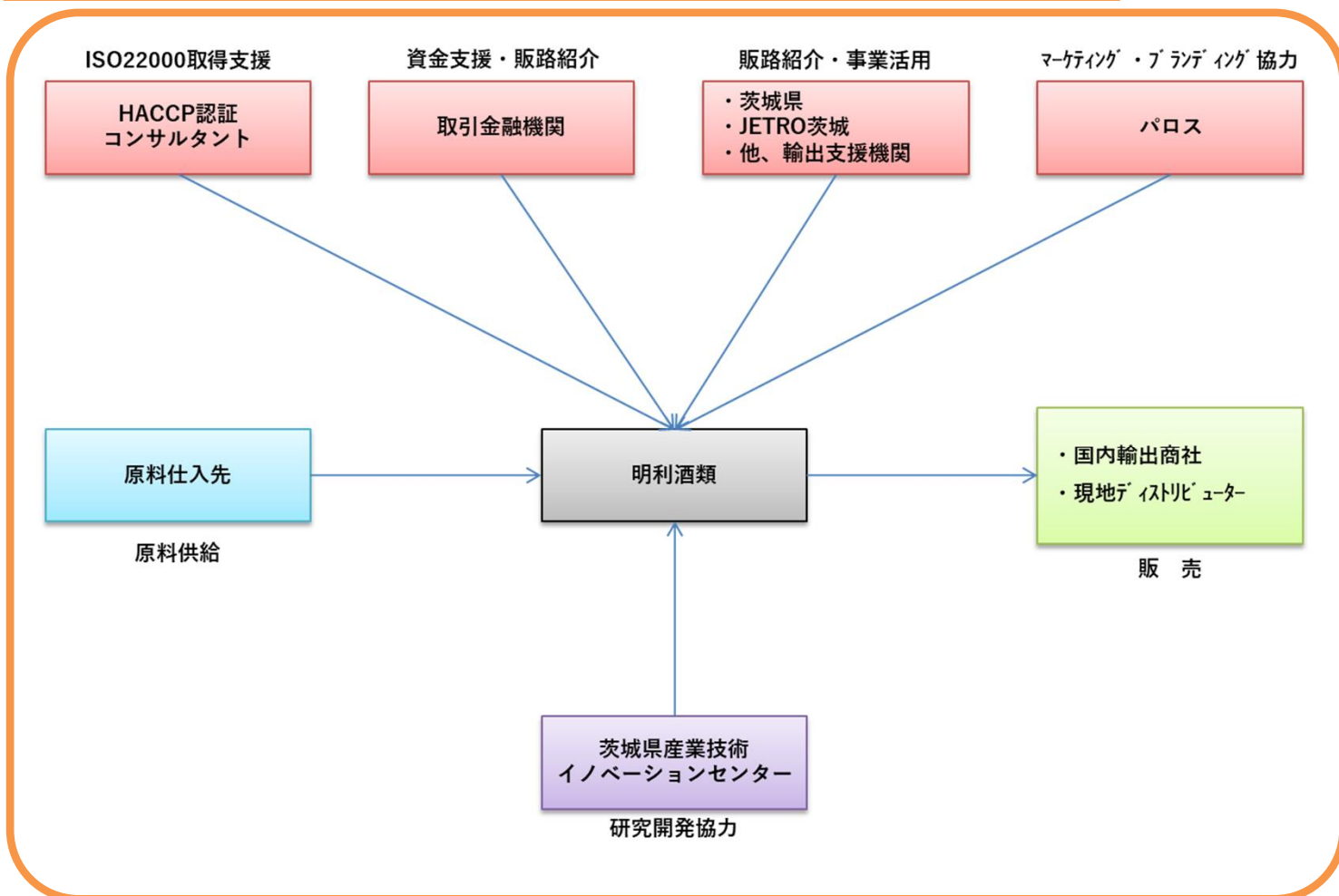
③現地大手ディストリビューターの発掘

- ・新規開拓エリアにおいては、幅広いチャネルに販路を持つ、ディストリビューター（パートナー候補）の発掘が必要不可欠。
- ・国内外の展示会（輸出EXPO、FOOD JAPAN等）、行政等による商談会やプロモーションイベント等間口広く積極的に新規バイヤーとの接点を得る機会を掴み、発掘に取り組んでいく。

輸出事業計画

※申請者名：明利酒類株式会社、品目：ウイスキー・ジン

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



4. 輸出目標額

ウイスキー・ジン	現 状 (令和 6 年度)	目標年度 (令和 1 2 年度)
輸出額 (千円)	261	124,279
輸出量 (ℓ)	68	23,411
輸出先国	香港、欧州、米国	香港、欧州、米国、台湾、韓国