

# 全国甘酒輸出促進コンソーシアム

## 麴甘酒

### 基本情報

対象国	中国・シンガポール	輸出額	2,668万円（見込み）	加盟者数	9社
主な販売先	小売	活動地域	全国	品目数	単一
希望スキーム	直接/間接輸出	備考	-		

## 酒粕甘酒や海外産の甘酒と差別化を図り、良質な「麴甘酒」のブランド確立を目指す。

甘味料・砂糖不使用で日本米100%の米麴の甘味を用いた麴甘酒を取扱う事業者で設立。「麴甘酒」の認知度向上を目指し、国内の展示会や現地でのイベント等共同プロモーションを実施。

### 団体概要

所在地	長野県長野市
創業年	2022年
代表	青木秀太
事業内容	「麴甘酒」の知名度向上、海外販路拡大
認証取得	-
生産規模	-



### 取組の経緯/概要

- ・麴甘酒の輸出拡大に繋げるため、麴甘酒のジャパンプランドの健康飲料としての認知度向上を目指して事業者を横断した取組を進めていくために設立。
- ・日本の発酵飲食料品の1つである甘酒には酒粕から作る「酒粕甘酒」と米麴で作る「麴甘酒」があり、「麴甘酒」は「飲む点滴」とも言われるほど栄養価が高く健康・美容効果が高い。健康・美容効果を訴求すれば海外市場を十分に狙えるポテンシャルがある。
- ・将来的には麴甘酒の標準規格を作り、GIや国際認証・商標等を取得することで良質な麴甘酒のブランド確立を目指す。

### 取組の成果

- ・輸出金額：1,415万円（2022年度実績）→2,668万円（2023年度見込み）
- 流通においては、新規で開始した中国でのオンライン販売が好調であったことや、販売において、補助事業を活用して実施した試飲イベントがきっかけの一つとなったこと、長期的な取引が始まったケースが複数あることから、前年比で約2倍の輸出額増加となった。
- シンガポールでは認知拡大がまだこれからの部分が多いが、Liveコマース販売では複数商品のセット売りが好評など次に繋がる知見も得ており、今後更にプロモーションに力を入れることで市場の拡大が期待できる。

# 取組のポイント

**麴甘酒の認知度向上を目指し、女性をターゲットとして  
おいしい健康飲料として飲み方も合わせてPR**

## 輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

海外において「甘酒」の認知度が低く、認知度向上に向けたプロモーションが必要

TASK

課題

2

認知度向上を目指すにあたって、商品のコンセプトやターゲットを決める必要がある

TASK

課題

3

現地の方はいつ飲めばいいのか、何と一緒に飲めばいいのか等飲むシーンがわからない

## 輸出成功のポイント

**おいしい健康飲料として  
麴甘酒をPR**

認知度向上を目指し、Webサイトや動画を制作。またKOLやインフルエンサー等を活用してSNSでの発信を実施

**健康意識が高い女性を  
ターゲットに**

30~40代の健康意識が高い女性をターゲットとする。子持ちの女性に対しては親子で飲める健康飲料として訴求

**レシピ開発を実施し、  
webサイトに掲載**

現地の方に馴染みのある食材と掛け合わせたレシピを開発。webサイトに掲載して飲むシーンをイメージできるように訴求

# サプライチェーン別取組

**ターゲット国に合わせた  
参加企業選定**

- 初年度は中国をターゲットに定め、参加企業についても中国に輸出可能な企業のみを選定。コンソーシアムに加盟しても取組に参加できない企業がないよう工夫

**団体に輸出に取組むこと  
で大ロット流通確保**

- ECサイトでの小ロット流通を実施しつつ、参画事業者の現地法人を通じた直接貿易を実施し、コンソーシアム全体による大ロットの流通を確保

**展示会への出展や  
試飲イベントの開催**

- 業界全体で展示会の共同運営・共同プロモーション
- 参画企業の現地法人と連携し、試飲ができる現地イベントを企画

商品選定・開発

流通

販売

## 今後の輸出拡大に向けて

初年度はまず麴甘酒の認知度向上を目指してプロモーションを実施しておりますが、将来的には共通のラベル・包材の開発にも取組み、各社の甘酒の違いを簡単に比較できるようにセットで販売することも検討しています。また、来年度には麴甘酒の美容・健康効果について研究機関と連携して科学的なエビデンスを取得したいと考えています。