

チーム鳥取・インド輸出蔵元会

複数品目（日本酒、リキュール）

基本情報

対象国 インド

輸出額 約190万円/年

加盟者数 6社

主な販売先 外食、小売

活動地域 鳥取

品目数 複数

希望スキーム 間接/直接輸出

備考 -

県内の事業者が製造した商品を県の魅力と合わせて発信し、認知度向上と輸出拡大を目指す

海外展示会出展、商品PRイベント（試飲会等）の実施及び県観光資源の紹介をすることでインバウンド観光客の増加効果・口コミ効果の相乗効果を図り、海外輸出の拡大につなげることを目的とする。

団体概要

所在地 鳥取県八頭郡智頭町

設立年 2024年

事業内容 品評会への参加と海外展示会への出展、試飲会の開催

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- インドにおける日本食レストランの増加、また、2024年4月以降、GI登録された日本酒がインドへ輸出可能となるなど、日本酒には追い風となっているが、日本酒の認知度はプロ・アマ層を問わず、依然として低い。また、配信番組の人気上昇に伴う他国産の蒸留酒による市場の占有などから、日本酒そのものの普及、チームとっとり酒「Team Tottori Sake」の早急なブランド確立が必要。
- 現地販売促進で、輸出前には見えてこなかった市場慣行や制約を知るとともに、認知度向上には試飲会による現地教育が必須であることを把握。流通業者や現地専門家の助言を得て市場ニーズの早急な把握、バリューチェーンの最適化に注力し、商品の商流拡大・販路拡大を実施する。

取組の成果

- 輸出金額：約190万円（2024年見込）
- 展示会成果：来場者数3,000名、ブース来訪者200名、新規商談者数6社

取組のポイント

ノウハウを共有し、バラエティに富んだ商品提案など、チームとして一体的に取組むメリットを最大限に活用する。

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

品評会の審査員に日本酒の知識や審査における評価基準がない

TASK

課題

2

「GI日本酒」の輸出開始に伴う、他の国内酒造メーカーとの競合

TASK

課題

3

日本酒そのものの普及、早急なブランドの確立が必要

輸出成功のポイント

現地のプロを対象に日本酒の評価基準を教育

正しい日本酒のテイस्टिंगの業界共通プラットフォームの確立

国際展示会に出展、新規輸入業者を開拓

インドで開催される酒類の国際展示会「Vinexpo」に出展
輸入業者とのコミュニケーションを強化

嗜好を意識した情報発信、消費者への認知度向上

現地プロモーターによるSNS発信活動
消費者を対象とした試飲会の実施によるブランド確立

サプライチェーン別取組

輸出コーディネーターの起用

- 専門的な知見を踏まえつつ、輸出業者とのコミュニケーションを強化し、販路開拓に活かす

新たな州への販路拡大

- 現地輸入業者の販売先登録州の新規開拓を行う
- 未開拓州では販促活動と併せて試飲トレーニングを実施するなど手厚くサポート

認知度向上に向けた連携

- 現地（各地域）で開催される各種イベントにJETRO等と連携し、日本酒の知名度向上に努める

市場調査

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

2024年12月に「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、現地輸入業者から2025年1～3月の追加注文が相次ぐなど、日本酒の注目度が向上している。

インドでの販売エリアの拡大が着々と進んでおり、翌年度以降も更にエリアを拡大した商品登録に向けて、輸入業者と打ち合わせを実施している。