

# 栃木県酒蔵酔って見っけ協議会

## 日本酒

### 基本情報

対象国	米国、香港、シンガポール、英国 ほか	輸出額	4,280万円	加盟者数	4社
主な販売先	外食、小売	活動地域	栃木県	品目数	単一
希望スキーム	間接/直接	備考	-		

## インバウンド需要への取組を契機として、栃木県産日本酒の認知度向上と輸出拡大を目指す。

訪日外国人を対象とした「酒蔵見学会」等の開催や、英語版ホームページ及びパンフレット等での「栃木県産日本酒」に関する情報発信に取り組みつつ、海外プロモーション等の強化により販路を開拓し、輸出拡大を目指す。

### 団体概要

所在地	栃木県宇都宮市
設立年	2013年
事業内容	訪日外国客を対象とした「酒蔵見学会」、展示会や品評会等への出展・出品
認証取得	-
生産規模	-



### 取組の経緯/概要

- ・訪日外国人をターゲットに、日本酒の知名度アップと売上向上を目指し、協議会を設立。特に欧米豪（英語圏）の富裕層をメインターゲットに、地域のホテルやレストラン、観光事業者と連携して酒蔵ツアーや体験イベント等を開催し、輸出に取り組んできた。
- ・国内での日本酒の消費が減少する中、さらなる海外での需要拡大を目指し、現地展示会への参加や、現地販売業者等と連携した試飲イベントの開催など、プロモーション活動の強化により、販路拡大・輸出拡大に取り組む。

### 取組の成果

- ・輸出額：3,680万円（2024年）→ 4,280万円（2025年見込）→ 4,750万円（2028年目標）
- ・取引先数：2か所増加（2024年→2025年）

# 取組のポイント

現地代理店等との連携強化や新規代理店の開拓により輸出先国のニーズを的確に把握し、輸出促進を図る。

## 輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

現地での販売ノウハウが不足している

TASK

課題

2

栃木県産日本酒の認知度が低い

TASK

課題

3

コストが増加して利益につながらない

## 輸出成功のポイント

現地代理店との連携でプロモーション

現地代理店やインフルエンサーから得たニーズを基にイベントを企画

知名度のある「日光」と「栃木県」結び付ける

世界文化遺産の「NIKKO（日光）」有する「自然豊かな栃木県」を意識したPRを実施

品質の向上等による付加価値の増加

農家との契約栽培による良質米の確保及び、関係機関と協力した新しい酵母の活用

# サプライチェーン別取組

## 関係機関への働きかけ

- 酒米の生産団体に対して、数量の確保を依頼
- 県の技術指導機関等に、新たな酵母の提供と開発を依頼

## 輸出先ニーズに応じたイベント等の開催

- 米国や香港などでは、小売店での販促イベントを開催
- イギリスやフランスでは、シェフ向けテイスティング会を開催

## 海外コンクール等への出品

- フランスの「サロン・デュ・サケ」やイタリアの「ミラノ酒チャレンジ」等へ出品し知名度を向上

生産

販売

## 今後の輸出拡大に向けて

インバウンド需要への取組により、海外代理店ともつながり、輸出は徐々に増加している。会員の4蔵が、それぞれ特色のある商品を展開することで、輸出先の細かなニーズに対応することが可能になっており、さらに販売チャンネルを拡大して輸出を増加させる。