

酒類製造者である佐賀県（三養基郡）の天吹酒造合資会社様に、SAKE-CONSO を活用した海外展開に関する取組を取材しました。

「弊社の取組が事例として、輸出に取り組みられている方やこれから挑戦しようとしている事業者の方々の参考になれば」と海外販路開拓の取組状況や、国税庁が主催する海外展示会への出展や海外商談会の参加した際の感想などについて、お話を伺いました。

**【質問1】 SAKE-CONSO に登録したきっかけや海外輸出にむけて取り組むようになった経緯をお聞かせください。**

・日本国内市場の縮小が予想される中で、日本酒の魅力を世界中の人々に届けたいという強い願いが、弊社が輸出を開始した背景にはありました。この情熱を原動力に、私たちは新たな挑戦へと踏み出しました。

・SAKE-CONSO に登録した理由は、海外市場でのさらなる成長を目指していたものの、展示会や商談会への単独出展や新規販路の開拓が大変高いハードルであったためです。そんな時、弊社社長にコンソーシアムへの登録のお話をいただき、「ぜひお力をお借りしたい」との思いで参加を決意しました。

**【質問2】 御社の海外販路開拓の取組状況などをお聞かせください。**

・弊社の規模では、現地に専任スタッフを常駐させて通年で営業活動を行うのは難しい状況です。そのため、現地のインポーターやディストリビューターの皆様のご協力が欠かせません。そこで、一度すべての取引先の現状や販路を丁寧に整理し、その後、現地でのスタッフトレーニングや弊社に関するセミナー、さらには試飲会を開催しています。このようにより多くの方々に弊社や商品の魅力を知っていただけるよう、積極的に取り組んでおります。

・近年、弊社では地域ごとに重点を置いた取り組みを進めています。ヨーロッパではイタリアとフランス、アジアでは比較的弱いと感じてい

た中国市場への注力を強化しています。また、中南米ではメキシコとブラジルに力を入れる一方で、東南アジアの国々にも大きな可能性を感じており、積極的に開拓を進めています。

・ターゲットにしている国については、現地でのどのようなお酒が好まれているのか、どのような食文化が根付いているのか、さらにはどのような味の嗜好があるのかに特に注目し、市場調査を徹底的に行っています。

・この市場調査に関して、弊社では、主に店舗や飲食店でのフィールド調査を実施しています。現地の酒販店や飲食店を訪問し、商品の陳列状況や他社製品との比較を観察することで、現地市場の実態を把握しています。

・また、現地パートナーとの意見交換も重視しており、販売代理店や現地スタッフから、顧客の声や需要についてヒアリングを行っています。さらに、試飲会やプロモーションイベントを開催し、現地の消費者の反応を直接観察することもございます。

・加えて、輸出実績が一定程度ある国においては、現地での販売データやトレンドを分析し、消費者の購買傾向を詳細に把握するよう努めています。勿論、自社だけでは収集できる情報に限りがあるため、国税庁の海外市場調査結果も参考にしながら取り組んでおります。そして、調査結果に基づいて効果的なアプローチ方法や提案する商品の選定を行っています。

・このほか、弊社や弊社の商品を海外の方々に知っていただくため、輸出拡大を本格化させた時期からホームページの英語対応を始めました。

SAKE-CONSOインタビュー（2025年2月号）  
～天吹酒造合資会社様の海外販路開拓の取組状況等のご紹介～

これにより、海外の方々から「蔵のストーリーや商品ラインナップを好きなタイミングで閲覧できる点が便利だ」という声をいただいています。さらに、疑問点があれば電話ではなく、問い合わせフォームを通じて英語で気軽にご連絡いただけるような仕組みも整えています。

・また、弊社のホームページにも記載していますが、定期的に酒蔵見学を開催しています。これには海外のインポーターやディストリビューターだけでなく、レストラン関係者や現地のファンにも参加していただき、日本酒ができるまでの工程や蔵元の歴史について直接案内を行っています。

・酒蔵見学は弊社ホームページから申し込みを受け付けていますが、ホームページ以外でもSNSを活用して個人的に繋がりを作り、何かあれば直接私に連絡していただけるようにしています。会社宛の問い合わせフォームでは距離感を感じる方も多いと思い、弊社をもっと身近に感じてもらいたいという思いからこの取り組みを始めました。

・酒蔵を訪れていただいた際には、蔵のほぼすべてをご覧いただき、どんな質問にもお答えできるよう努めています。また、見学後にはタイプの異なる日本酒を試飲していただき、蔵の魅力を深く知っていただけるよう工夫を凝らしています。

・人と人とのつながりがどこでどのように広がるか分からないため、取引先だけでなく一般の方々にも丁寧に対応することを心掛けています。その方が将来的に、ただの消費者でなく、私たちの大切なパートナーや支援者となってくれる可能性もあると考えています。



酒蔵見学受け入れ時の様子

**【質問3】SAKE-CONSO から応募いただいた展示会や商談会への参加の感想などをお聞かせください。**

・SAKE-CONSO に登録したことで、展示会の参加費用をご負担いただけるだけでなく、日本産酒類専用のセクションで出展できるようになりました。その結果、インポーターやディストリビューターへのアプローチが格段にしやすくなり、商談件数も大幅に増加しました。新規販路開拓において非常に助けられています。

・特に、展示会を通じて、プロフェッショナルだけでなく一般の方々の好みや率直な意見を直接伺える点は、市場のリアルなニーズを把握する貴重な機会となっています。

・最近の例では、2024年11月に初めて参加したトルコでの商談会があります。現地に足を運ぶのは初めてで、どのようなお酒が受け入れ

られるのか明確な手応えがない状況でした。また、関税の影響で大量輸出が難しい一方で、トルコ市場には大きな可能性を感じていました。参加を決めた背景には、これらの期待と課題がありました。結果として、トルコでの商談会も良いスタートを切ることができました。

- ・商談会では、個別の商談時間が長ければ成約の可能性が高まると考えています。トルコでも現地インポーターとの商談時間がもう少し確保できていれば、さらに成果を出せたのではないかとというのが率直な感想です。

- ・展示会への参加ですと、2024年8月に台湾で開催された高雄国際酒展にて、新たに協力会社や卸先を見つけることができ手応えを感じています。高雄エリアは、これまで弊社のパートナーの現地ディストリビューターも十分に手を伸ばせていなかった地域でしたが、この展示会をきっかけに販路拡大に成功し、この地域にも商品を卸す体制を整えることができました。

- ・今年度、他の国の展示会、商談会にも参加しましたが、やっぱり参加している中でも全部が全部良いというわけではないのが印象ですが、基本的には事業者さんと繋がりが深まるという手応えは感じています。

- ・すでに弊社から輸出している国に関しては、インポーターにも協力いただき、現地で販路が拡大していますので、参加した展示会、商談会を通して、成果を実感しているところです。

**【質問4】 輸出に向けた取組で苦労したこと、輸出経験者としてアドバイスなど、お聞かせいただけないでしょうか。**

- ・展示会や商談会で手応えを感じても、その後しばらく連絡が途絶えることは珍しくありません。現在でもそのような状況が時折発生します。しかし、そこで焦らず、しつこく連絡を送ったり、過剰に積極的な姿勢を取らないことを意識

しています。不思議なことに、忘れた頃に突然連絡が来ることも少なくありません。

- ・どんなことでもそうですが、急いで成約を目指そうとすると、かえって上手くいかない場合が多いと感じています。冷静さを保ちながら、長期的な視点で信頼関係を築くことが、成功への鍵だと考えています。

- ・個人的には、輸出する上で一番重要なのは信頼できるパートナーとなる、現地のインポーターやディストリビューターを見つけることだと思います。

- ・また、一度輸出が実現しても、その後のフォローを怠らないことが非常に重要だと考えています。例えば、数年継続しても成果が出ない場合には、新たなパートナーを検討するのも一つの選択肢です。また、商品を出荷した時点で終わりにするのではなく、「どうすればもっと売れるか」「どのような工夫ができるか」を常に模索し、改善を重ねていく姿勢が必要だと思います。

- ・蔵元ごとに独自の特徴や想いが込められた商品があることは理解していますが、アピールポイントをそこだけに絞るのは十分ではないと感じます。国や文化によって味覚や嗜好が大きく異なるため、日本国内と同じ商品をそのまま海外に出しても、各国で広く受け入れられるとは限りません。だからこそ、各市場の特性やニーズを踏まえた柔軟な対応が求められます。そのためにも、どのようにアプローチすれば効果的かを常に考え、適応していく姿勢が大切だと思います。

- ・海外市場に向けた商品開発やラベルデザインの工夫など、見た目から消費者に楽しんでもらえる商品づくりが重要だと考えています。特に、現地のインポーターやディストリビューターが扱いやすく、販売しやすい商品を提供することが、成功への鍵となります。市場ごとのニーズや好みに寄り添いながら、共に魅力を広げていく商品を目指すことが大切です。

**【質問5】 今後の取組予定や目標などを教えてください。**

・現段階での目標としては、売り上げにおける国内と海外の割合を 50:50 にすることを目指しています。また、現在約 20 カ国に輸出を行っていますが、国ごとに売り上げにばらつきがあるため、できるだけ均等に一定の量を確保していきたいと考えています。

・海外では「日本酒ブーム」と言われることもあります。海外に足を運ぶと、まだまだ日本酒を飲んでいる方は少ない印象です。この状況を打開するためには、自社商品を販売することにとどまらず、日本酒業界全体が一丸となって、日本酒を飲む人口そのものを増やす取り組みが必要だと感じています。

・弊社の取り組みが事例として、輸出に取り組まれている方やこれから挑戦しようとしている事業者の方々の参考になれば幸いです。

（以上）