

URL	www.kuramoto-kosaka.com/	設立	1772年
所在地	岐阜県美濃市2267番地	従業員	9名

## ● 地域に根ざした蔵から世界へ-挑戦と工夫で切り拓く海外展開- ●

### 自社の課題、輸出の取組のきっかけ

当社は1772年の創業以来、岐阜県美濃市での日本酒の酒造りを続けてまいりました。地域の風土、水、そして米と真摯に向き合いながら、長年にわたり地元を中心に多くの皆様に親しまれてきました。近年、国内の人口減少に伴い酒類の需要が縮小する中、たまたま知人の社長から輸出の提案を受けました。その際、海外で日本酒ブームが起きていることを知り、当社はこの状況を**新たな成長機会と捉え、海外市場へ本格的に挑戦**することを決めました。特に、当社の誇りである「無濾過生原酒直汲み」。その味わいと蔵人の思いを込めた酒造りの魅力を海外へ発信したいと考えました。しかしながら、商品のブランド力や認知度が十分でないことに加え、プレゼンにおいても**取引先に魅力を伝えきれないという課題**が生じていました。

そんな中、輸出に関する情報を積極的に収集する中で酒コンソの存在を知り、登録してみました。

### 取組の経緯、国税庁の支援施策の活用

国ごとに酒類に関する嗜好や商習慣が異なることもあり、商談をしてもなかなか取引に結びつかない状況が続いていました。

そこで、酒コンソの支援メニューである**輸出セミナーに参加し、海外市場の動向を学ぶ**ことで市場理解を深めました。さらに、定期的に配信される**メルマガを閲覧し、継続的に情報収集**を行いました。

また、国内事業者マッチングでの商談不成立の理由が分からず困っていた際には、**専門家に商談会へ同席いただく仕組みを積極的に活用**しました。

商談におけるミスマッチは、国内卸売事業者の求める数量と当社の供給規模が合わないことが一因でした。当社では大量注文への対応が難しいため、銘柄ごとに数百本単位の製造数量を事前に説明し、条件をすり合わせることを意識しました。

さらに、国内で有名な銘柄は輸出市場で飽和状態となり、値引き競争になりやすいという傾向を掴みました。そこで、無濾過生原酒直汲みという強みを活かし、しぼりたてのフレッシュさや旨味・コクといった個性的な魅力を前面に打ち出し、**PRしやすい日本酒として差別化**を図りました。

こうした工夫を重ねながら国内事業者マッチング商談会に臨んだ結果、当社の商品を取り扱っていただけるようになりました。



### 現在の輸出状況、今後の取組予定

直近の製造数量は米価格の上昇も影響し、およそ300石まで減少しましたが、そのうち約5%を輸出に充てています。

現在、商談会を通じて取引に至った**3社と良好な関係を継続しながら、中国・台湾・香港・シンガポールをはじめ、米国やフランスへも輸出**しています。

無濾過生原酒を取り扱う上で鍵となるのは温度管理です。当社では冷蔵対応可能な物流網を活用し、鮮度維持に努めています。しかし、各店舗への配送段階で冷蔵設備が整っていない場合や、ヨーロッパの一部地域では冷蔵輸送そのものが難しいケースもあります。そうした状況では、火入れした別商品を輸出するなど、柔軟に対応しています。

今後は、イタリアやスペインなど**ヨーロッパ圏へのさらなる展開も視野に入れつつ、取引先国と販売量の拡大**を目指していきます。

### 取組のポイント

自社製品の優位性を効果的に伝えることが重要だと実感しています。当社では渡航費用の負担が大きく、現地へ赴いた試飲提供は難しい状況にあります。

そこで国内での商談時には、**パワーポイントを活用して英語版の説明資料を事前に準備し、図や写真を用いて視覚的に理解しやすい資料作り**を心がけ、**自社製品の強みを的確にPR**できるようにしています。

また、人員の制約もあることから、輸出は主に間接貿易で進め、国内の輸出商社に業務を一任しています。そのため、通関などの複雑な手続きを自社で抱え込む負担を軽減できています。

### 輸出に取り組む方へのアドバイス



輸出に取組む上で、まずは実績を積み重ねることが重要だと思います。輸出実績は信頼につながり、新たな受注を生む大きな要素になるでしょう。

酒コンソの支援メニューの中で特に有効だったのは、国内事業者マッチング商談会です。商談相手に対して、事前に資料を共有していただけるので、商品の特徴をご理解いただき、ニーズの擦り合わせがスムーズでした。

機会を広げるために“当たって砕ける”の姿勢で積極的なアプローチを繰り返すことで、成果に繋げることができました。このような活動を続けていくことで、輸出のチャンスを広げられるのではないのでしょうか。