

国税庁 御中

日本産酒類の新規事業者開拓支援事業
(輸出マッチング)に係る調査委託

事業完了報告書

株式会社JTB ビジネスソリューション事業本部 第三事業部
2023年3月31日

■目次

はじめに	4
1. 実施概要	5
1 実施概要	6
2. 令和3年度の課題と令和4年度の対応	14
2 令和3年度の課題と令和4年度の対応	15
2-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守	15
2-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付	16
2-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析	17
2-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等	18
2-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営	19
2-6 登録事業者間のマッチング	23
2-7 登録事業者に対する情報提供	23
3. 実施内容	24
3 実施内容	25
3-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守	25
3-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付	37
3-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析	38
3-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等	40
3-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営	41
3-6 登録事業者間のマッチング	43
3-7 登録事業者に対する情報提供	44
3-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務	45
3-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成	46

■目次

4. 各事業の効果	47
4 各事業の効果	48
4-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守	48
4-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付	51
4-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析	52
4-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等	54
4-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営	55
4-6 登録事業者間のマッチング	57
4-7 登録事業者に対する情報提供	58
4-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務	60
4-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成	61
5. 今後の課題と対応策	62
5 今後の課題と対応策	63
5-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守	63
5-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付	64
5-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析	65
5-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等	66
5-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営	67
5-6 登録事業者間のマッチング	68
5-7 登録事業者に対する情報提供	68
5-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務	69
5-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成	70

■目次

6. まとめ	71
6 まとめ	72
7. 参考資料	73
7 参考資料	74
7-1 セミナーアンケート	74
7-2 マッチングアンケート	179
7-3 年度末アンケート	193

はじめに

本事業では、輸出に意欲的に取り組もうとし、本事業に参加する酒類製造者・酒造組合等及び輸出商社・卸売事業者に対し、マッチング支援を始めとした様々な支援業務をするための枠組みを構築するとともに、日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法等を調査するために必要な事業を行うものである。

本報告書は、調査結果報告と、今後に向けた各種提案を取りまとめたものである。

「2. 令和3年度の課題と令和4年度の対応」では、昨年度の各事業の課題に対する今年度の対応を掲載している。

「3. 実施内容」では、今年度の各事業の実施内容を事業報告として取りまとめている。

「4. 各事業の効果」では、各事業を行うことにより得られた海外販路開拓に有効な手法を、成功事例とともに効果的な事例として掲載している。

「5. 今後の課題と対応策」では、各事業を行うことで明らかとなった課題について記載しているほか、今後の効果的なマッチングへ繋げていくための改善案、そのために必要であると考えられる機能や支援メニューについてもまとめている。

「6. まとめ」では、日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法等を、今年度実施をしたアンケート結果をもとに調査・分析をした内容を記載している。

「7. 参考資料」では、セミナーアンケート、マッチングアンケート及び年度末アンケートを掲載している。

1. 実施概要

1. 実施概要

輸出に意欲的に取り組もうとする、本事業に参加する酒類製造者・酒造組合等及び輸出商社・卸売事業者に対し、マッチング支援、輸出関連セミナー等の開催、国税庁及び関係機関において実施する各種支援メニューに関する情報提供など、様々な支援業務をするための枠組み（以下当該枠組みを「コンソーシアム」、コンソーシアムに登録した酒類事業者等を「登録事業者」という。）を構築するとともに、日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法等を調査するために必要な、各種事業を実施した。

事業の主な内容として、「輸出セミナー」、「マッチング」、「専門家相談」、「情報発信」の4種の事業を通じて、登録事業者に対して輸出に必要な支援メニュー等を提供した上で、その結果等を基に、海外販路開拓に有効な手法等を調査、分析した。

【事業の概要】

	内容
事務局の設計	(株)JTBオフィス内に常設事務局を設置し、登録事業者からの問合せに適宜対応できるよう、常駐スタッフを5名配備した。 また、専用電話と専用メールアドレスの設置も行った。 事業情報の管理や情報発信等は、本事業専用のウェブサイトを活用した。
運営時間	平日10:00～17:00
登録手順	①事業者が専用ウェブサイトより会員登録申請を行う。 ②事務局が個別にIDを付与。 ③登録事業者が専用ウェブサイトアクセスし、PW設定を行う。
情報管理	専用PCの設置、専任スタッフの配備など、情報管理を徹底した。
登録事業者数	酒類製造者 1,162者、卸売事業者 308者、その他（自治体等）202者 合計：1,672者（2023年3月末日時点）

▼実施した各事業の概要

	輸出セミナー	マッチング	専門家相談	情報発信
開催時期	2022年6月～2023年2月 本事業主催のセミナー 6回実施 酒類輸出コーディネーターによるセミナー 7回(14セミナー)実施 →全13回実施	2022年4月～2023年3月 全214回実施	2022年5月～2023年3月 随時開催	月1回のメールマガジンの 配信のほか、セミナー告知 や他事業の情報発信を実施
開催方法	オンライン開催	オンライン開催	オンライン、対面にて開催	
参加者	延べ1,047者参加	延べ428者参加	延べ30者	メールマガジン配信希望者 1,514者 (2023年3月末日時点)
会場手配	オンライン配信にあたり映像投影、録画など必要な設備を備えたスタジオを選定	オンライン開催のため、事務局は株JTBオフィス内から参加	オンライン・電話のいずれかで開催	
アンケート	アンケート項目は、専門家の分析の上設計を行った	アンケート項目は、専門家の分析の上設計を行った		

▼輸出セミナー スケジュール

【本事業主催のセミナースケジュール】

13:00～13:30 受付・事務局より案内

13:30～15:20 輸出関連セミナー

15:20～15:30 質疑応答

【酒類輸出コーディネーターによるセミナースケジュール】

13:00～13:30 受付・事務局より案内

13:30～14:10(～16:30) 輸出関連セミナー

※講師は海外在住のため、講演は全て事前収録を行った。質疑応答は後日事務局よりまとめて回答をした。

▼専門家相談 スケジュール

開催時期	随時
相談時間	10時～15時 1回の相談につき60分間
支援内容	登録事業者が抱える輸出に関する疑問や課題に対して、輸出や酒類の専門家が助言を行った。
受付方法	専用ウェブサイトより受付
開催方法	オンライン、電話、対面(新型コロナウイルス感染症拡大の状況によりオンラインになる可能性がある旨を案内)の3パターン

▼マッチング スケジュール

- ・サイト内マッチング、本事業主催マッチング、卸指定マッチング

開催時期	随時開催
マッチング時間	事務局が双方の事業者を確認を行い、セッティング 1回のマッチングにつき30分間
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・サイト内マッチング マイページから気になる事業者へ商談の申し込みを可能とした。 ・本事業主催マッチング 全ての酒類製造者と卸売事業者から申込を受付けた。 ・卸指定マッチング 先に卸売事業者を募集・選定。 その卸売事業者と商談を希望する酒類製造者を募集して、マッチングを行った。
受付方法	専用ウェブサイトより受付
開催方法	オンライン、電話、対面(新型コロナウイルス感染症拡大の状況によりオンラインになる可能性がある旨を案内)の3パターン

▼マッチング事績

開催時期	2022年4月～2023年3月		
開催方法	オンライン開催(事務局)		
参加者	428者(卸売事業者214者、酒類製造者214者) ※延べ人数		
マッチング回数	214回		
今年度輸出に至った件数	2020年度商談開催	8件	合計37件
	2021年度商談開催	14件	
	2022年度商談開催	15件	

※2023年3月末日時点

「輸出に至った件数」は、マッチングの後、実際に輸出が行われたもの（サンプル含む）として参加者から聴き取ったものである。

▼輸出に至った事例（実績）

2020年度開催商談が2022年度に輸出に至った事例（実績 8件）

酒類（所在地）	卸・輸出商社（所在地）	輸出先
ウイスキー（和歌山県）	輸出商社（東京都）	中国
不明（福島県）	輸出商社（東京都）	不明
不明（山形県）	輸出商社（東京都）	不明
不明（和歌山県）	輸出商社（東京都）	不明
リキュール（岐阜県）	輸出商社（愛知県）	台湾
不明（山梨県）	輸出商社（愛知県）	不明
清酒（新潟県）	輸出商社（東京都）	オーストラリア （メルボルン）
リキュール（栃木県）	輸出商社（東京都）	オーストラリア （メルボルン）

▼輸出に至った事例（実績）

2021年度開催商談が2022年度に輸出に至った事例（実績 14件）

酒類（所在地）	卸・輸出商社（所在地）	輸出先
不明（和歌山県）	輸出商社（東京都）	不明
不明（山形県）	輸出商社（東京都）	オーストラリア
不明（京都府）	輸出商社（東京都）	不明
清酒（新潟県）	輸出商社（福島県）	香港
清酒（佐賀県）	輸出商社（東京都）	オランダ
清酒 リキュール（栃木県）	輸出商社（東京都）	オランダ
清酒（茨城県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（新潟県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（長野県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（神奈川県）	輸出商社（東京都）	UAE
ウォッカ ウイスキー（愛知県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（愛媛県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（兵庫県）	輸出商社（東京都）	UAE
清酒（東京都）	輸出商社（千葉県）	台湾

▼輸出に至った事例（実績）

2022年度開催商談が2022年度中に輸出に至った事例（実績 15件）

酒類（所在地）	卸・輸出商社（所在地）	輸出先
清酒（埼玉県）	輸出商社（埼玉県）	台湾
清酒（兵庫県）	輸出商社（埼玉県）	シンガポール
清酒（山梨県）	輸出商社（埼玉県）	シンガポール
清酒（岡山県）	輸出商社（埼玉県）	カンボジア
日本酒（兵庫県）	輸出商社（東京都）	香港
日本酒（兵庫県）	輸出商社（東京都）	香港
日本酒（兵庫県）	輸出商社（東京都）	香港
清酒（愛知県）	輸出商社（東京都）	香港
リキュール（愛知県）	輸出商社（東京都）	香港
リキュール（石川県）	輸出商社（東京都）	香港
清酒（愛知県）	輸出商社（愛知県）	シンガポール
清酒（京都府）	輸出商社（東京都）	越境EC
清酒（奈良県）	輸出商社（東京都）	天津
ビール系（長野県）	輸出商社（岐阜県）	香港
リキュール系（沖縄県）	輸出商社（岐阜県）	香港、台湾

2. 令和3年度の課題と令和4年度の対応

2. 令和3年度の課題と令和4年度の対応

本項目では、昨年度に課題としていた事項に対しての今年度の取組みを記載する。

2-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守

【課題】

- (1) コンソーシアムによる支援内容の検討のためには、登録事業者の輸出に関する目的や課題等について、詳細を把握するとともに、国税庁と事務局間にてそれら情報共有を行う必要がある。
- (2) ウェブサイトに掲載されている各登録事業者の自社アピール情報が充実していないとマッチング申込が入りづらいため、登録事業者に対し、自社アピール情報の登録やその充実を促す必要がある。

【対応】

- (1) 登録事業者からヒアリングした輸出に関する目的や課題等の詳細について、国税庁と事務局で登録事業者の進捗情報の共有を図るために、把握した内容を入力するメモ欄機能を管理画面に設置した。登録事業者がマッチングや専門家相談を行う度に、事務局が管理画面内のメモ欄に入力を行うなど、国税庁と事務局内で各登録事業者の活動状況等について、最新の情報共有を行った。

また、事務局がマッチング作業をする際にも登録事業者の最新の活動状況の確認ができ、作業の効率に上がった。

- (2) 多くの登録事業者にアピール情報機能の登録や充実を促すために、事務局が発信するメールマガジンでウェブサイトへのリンクを貼ったり、登録事業者と事務局が電話で話す際は、自社アピール情報の登録や充実を行うよう案内を積極的に行った。

特にマッチングの申込をされた登録事業者には、より詳細な情報を登録いただくことで、マッチング申込が入りやすくなること、マッチング率の向上や成約に繋がる事を案内した。

2-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付

【課題】

(1) ウェブサイトの自社アピール情報の更新日は、各登録事業者間で確認することが可能なため、マッチングを考えている登録事業者にとっては、商談相手を選ぶ基準の内の一つになると考えられる。

また、登録事業者がウェブサイトにて登録情報を変更したタイミングは、輸出に対して前向きに活動している時だと考えられるため、支援メニューの紹介や、事業者が抱えている課題を事務局が効果的にヒアリングができる、声かけつくりのきっかけのタイミングのひとつである。

そのため、自社アピール情報などの登録情報を更新した更新日を、各登録事業者、国税庁及び事務局が確認できるウェブサイトの仕様にする必要がある。

(2) 会員登録時は、輸出を前向きに検討しているタイミングのうちの一つだと考えられるため、会員登録時のヒアリングは重要である。そのため、会員登録時のヒアリングに時間を要してしまっていた。事業者の登録までに要する時間を短縮し、すぐに各種支援メニューを活用できる仕組みとする必要がある。

【対応】

(1) 更新日が表示されるよう、ウェブサイトの改修を行った。

会員情報の更新は、CSV上で更新日を確認することを可能として、自社アピール情報は、各事業者のアピール情報ページの左上に更新日が表示されるように改修を行った。

(2) 会員登録時のヒアリングに対応する専任スタッフを1名増員、登録までの時間を短縮した。

2-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析

【課題】

(1) アンケート結果によると、輸出に対して酒類製造者が最も課題と感じているのは、現地とのやり取りや輸出に関する手続きであったため、卸売事業者を通じて輸出を行うことで、酒類製造者が国内取引と同様の手順により輸出に取り組める環境を構築する必要がある。

また、コンソーシアムを通じた酒類製造者と卸売事業者のマッチング後は、輸出に繋げる必要がある。

(2) これまで、各国税局はアカウントを保有しておらず、ウェブサイト上の登録事業者の情報が確認できない状態となっていたところ、管轄地域の登録事業者の情報を把握し、各国税局においても、登録事業者への輸出支援に係るアプローチを行う必要がある。

【対応】

(1) 酒類製造者と卸売事業者のマッチング後、輸出に繋げるため、登録事業者に対し、酒類に関する他事業の情報の臨時メールマガジン配信、本コンソーシアムが窓口となって酒類輸出コーディネーターによる商談会に向けたセミナーの募集・配信の実施、酒類輸出コーディネーターが商談会の企画に必要な商品リストの作成依頼等を行った。

このように、コンソーシアム事業の登録事業者が、別事業である酒類輸出コーディネーター事業にて実施する商談会へ参加する流れを構築するなど、酒類輸出コーディネーター事業とコンソーシアム事業を一体として実施した。

(2) 各国税局も管轄する地域の登録事業者情報を確認できるように、各国税局ごとに特別アカウントを配備し、各国税局においても、登録事業者の情報を把握し、輸出支援に係るアプローチを行うことを可能とした。

2-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等

【課題】

- (1) 登録事業者に対する輸出に関する助言や相談等の対応のため配置した専門家相談の利用実施回数が少なく、問題解決手段として十分に活用されていない状況であるところ、登録事業者が専門家相談を十分に活用できるよう工夫する必要がある。
- (2) 輸出に不慣れな登録事業者が多く、何から始めたらいいかという問合せが多かったことから、これら輸出に不慣れな登録事業者に合わせて支援メニューを提供する必要がある。

【対応】

- (1) 昨年度提示した提案のとおり、セミナー時の案内や、事務局が個別に登録事業者に支援メニューの紹介を行い、専門家相談のご案内に努めた。
このほか、来年度は、専門家相談の実際の活用事例を公表する等、活用のメリットを登録事業者へ分かりやすく伝えることで、専門家相談を十分に活用できるような工夫も引き続き検討する必要がある。
- (2) 輸出に不慣れな登録事業者に合わせた初歩的な内容のセミナーを実施するなど、基本的な情報提供に努めた。
また、輸出に関する知見が豊富な専門家も新たに迎え、輸出初心者である登録事業者からの様々な相談に対応できるような環境を整えた。

2-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営

【課題】

- (1) セミナー参加率やアンケート回答率にバラつきがあった。
- (2) 昨年度と今年度の専門家相談の相談内容から、これから輸出を始める登録事業者が一定数いることが分かった。

そのため、登録事業者の商談レベルの底上げを目的として、商談会に特化した輸出経験の浅い登録事業者向けの、実務的なセミナーを行う必要がある。

【対応】

- (1) セミナー参加率の向上のため、登録事業者からのアンケートを参考に、参加しやすい時期や時間帯で開催を行った。特に酒類製造者は冬頃から仕込の時期に入るため、年度前半に集中して開催できるように調整を行った。今年度は、6～9月実施のセミナーは68者以上の参加、12～2月実施のセミナーは51者以上の参加であったことから、年度前半での実施が望ましいと言える。

なお、9月22日実施の酒類輸出コーディネーター主催のシンガポールのオンラインセミナーの参加者数は36者であった。この回は募集から申込締切までが1週間と短い期間での募集であったことから募集期間を確保することもセミナー参加率向上には必要である。

なお、酒類製造者の繁忙期においては、開始時間を遅く設定したり、質疑応答の事後受付も行う等の対応を行い、どのタイミングで視聴いただいても同じ支援ができる仕組みも構築していく必要もあると考える。

アンケート回答率の向上のためには、専門家と相談の上、短時間で効果的な回答を得られるようなアンケート項目の見直しも行ったが、令和3年度は15回セミナーを実施し、平均56.28%の回収率だったところ、令和4年度は13回セミナーを実施し、平均43.60%の回収率であった。回答率向上のためには、アンケート項目の見直しだけでなく、アンケートの周知案内の強化(セミナー中に案内する回数を増やしたり、締切前に再案内を行う等)や配信するアンケートメールのデザインを変える等、見やすさも検討していく必要がある。

次ページに昨年度と今年度のセミナーアンケート回答率を掲載する。

▼2021年度セミナーアンケートの回答率

実施日	申込人数				回答人数				回答率
	酒類 製造者 ・酒造組 合	卸売 事業者	その他 (自治 体等)	合計	酒類 製造者 ・酒造組 合	卸売 事業者	その他 (自治 体等)	合計	
2021年6月25日	38	22	15	75	26	25	11	62	82.7%
7月28日	52	23	22	97	33	17	12	62	63.9%
8月18日	28	28	9	65	18	19	4	41	63.1%
8月31日	41	28	22	91	35	17	8	60	65.9%
9月15日	21	20	11	52	16	16	6	38	73.1%
9月15日	1	5	0	6	1	3	0	4	66.7%
9月29日	44	26	22	92	20	24	16	60	65.2%
9月29日	3	5	1	9	4	2	1	7	77.8%
10月13日	38	28	17	83	21	16	6	43	51.8%
10月27日	38	27	21	86	21	13	7	41	47.7%
11月10日	26	17	13	56	13	6	1	20	35.7%
11月24日	38	22	16	76	21	10	3	34	44.7%
12月15日	53	24	16	93	28	9	2	39	41.9%
2022年2月9日	37	25	22	84	20	8	8	36	42.9%
2月25日	54	28	17	99	12	6	3	21	21.2%

▼2022年度セミナーアンケートの回答率

実施日	申込人数				回答人数				回答率
	酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	その他 (自治体等)	合計	酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	その他 (自治体等)	合計	
2022年6月24日	70	57	46	173	29	33	29	91	52.6%
2022年7月15日	32	28	20	80	3	11	10	24	30.0%
2022年7月21日	48	25	25	98	10	17	32	59	60.2%
2022年8月3日	25	22	21	68	6	9	13	28	41.2%
2022年8月24日	48	21	26	95	6	9	12	27	28.4%
2022年9月2日	44	33	19	96	8	17	20	45	46.9%
2022年9月5日	47	27	20	94	9	14	26	49	52.1%
2022年9月22日	14	10	12	36	2	4	8	14	38.9%
2022年9月28日	33	21	20	74	11	6	19	36	48.6%
2022年12月2日	23	25	8	56	3	9	6	18	32.1%
2022年12月12日	27	16	19	62	5	7	15	27	43.5%
2022年12月16日	26	21	17	64	3	10	11	24	37.5%
2023年2月2日	18	19	14	51	5	12	11	28	54.9%

(2) 輸出経験の浅い登録事業者向けの、商談を行うにあたっての留意点や、海外バイヤーとの商談で気を付けるべきポイントなどを、分かりやすく解説したセミナーを実施した。輸出経験の浅い登録事業者であっても、すぐに対応できる内容や、具体例を交えながらのセミナーであったため、登録事業者からは参考になったという意見を多くいただいた。

このほか、効果的な商談の進め方の参考資料として、新たに商談のハウツー動画を作成した。ハウツー動画では、商談時のいい例と悪い例を、実演を交えて分かりやすく解説をしているため、登録事業者の社内教育として活用いただいているという声もいただいた。

なお、ハウツー動画は、いつでも視聴ができるように、マイページに掲載を行った。

2-6 登録事業者間のマッチング

【課題】

- (1) 登録事業者間のマッチングで使用するための両者の事前情報の共有が、スケジュールの都合上、十分でない場合もあったため、事前情報の共有等の事前準備を行う十分な時間の確保が必要である。
- (2) アンケートの結果から、新型コロナウイルスの影響で渡航が難しいことから、海外バイヤーの探し方に悩んでいる登録事業者が多いことを把握したため、解決策等を提供する必要がある。

【対応】

- (1) マッチングの申込から実施までの日数に余裕がなかったため、資料の共有など事前情報の共有が十分にできない場合があった。

なお、初めてマッチングに参加をする登録事業者には、商談相手にあらかじめ資料の共有が出来る事や、オンラインに不慣れな者には商談会実施の前に事務局と通信確認ができること等を、電話で案内を行った。次年度以降は余裕を持ったスケジュールとし、事前情報の共有を十分にできるように設定する。

- (2) 海外バイヤーを発掘するため、登録事業者に対し、酒類輸出コーディネーターが商談会の企画に必要な商品リストの作成依頼等を行い、当該商品リストを海外コーディネーターと共有した。

このように、コンソーシアム事業の登録事業者が、別事業である酒類輸出コーディネーター事業にて実施する商談会へ参加する流れを構築するなど、酒類輸出コーディネーター事業とコンソーシアム事業を一体として実施した。

また、商品リストを作成いただくために、事務局が記入例やチラシを作成して、事務局から積極的に作成依頼の声かけを行った。

2-7 登録事業者に対する情報提供

【課題】

メールマガジンの配信回数が多いという意見や、過去のメールマガジンが探しづらいという意見があった。本コンソーシアムのメールマガジンの他、他事業の案内も配信していたため、配信回数が多くなってしまい、受け取る登録事業者にとって煩雑になっていたことから、登録事業者がコンソーシアムからの情報へアクセスしやすい配信方法を検討する必要がある。

【対応】

今年度からは、メール本文に情報を記載せず、登録事業者がウェブサイトのマイページにログインしウェブサイト内にて内容を確認する方法へと変更をした。

臨時配信の履歴は、マイページで管理をする事で登録事業者は一覧で確認ができるようになった。

3. 実施内容

3. 実施内容

本項目では、今年度の各事業の実施内容を掲載する。

3-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守

輸出に係る最新情報を効果的に発信するために、登録事業者にとって使いやすく分かりやすいウェブサイトの構築を行なった。ウェブサイト構築に当たっては、仕様書に基づき、システム要件定義、設計、プログラム開発、テストを行い、国税庁の了承のもと、登録事業者のニーズにより、検索機能の使いやすさ向上を踏まえた改修を実施した。

A ウェブサイトの機能

(A) TOPページの更新機能

事務局でTOPページの更新が出来なかったため、システム会社に都度更新依頼をしており、タイムラグが生じていた。そのため、国税庁が最新情報やお知らせ等を掲載するために、TOPページの一定の範囲を直接編集・アップデート出来る機能を追加改修した。



セミナー・シンポジウム情報
日本産酒類の輸出に役立つ情報を提供します。

2022/06/24開催 申込受付中

令和4年度 第1回 オンラインセミナー

■日時
2022年06月24日（金） 13:30～15:30

■講演内容
◆「令和4年度日本産酒類輸出促進コンソーシアムについて」
事務局より、今年度の日本産酒類輸出促進コンソーシアムについて今後のスケジュールや専用サイトについてご説明いたします。

◆講演1
「海外輸出のいま」～2021年度の振り返りと2022年度の展望～
2021年度の日本産酒類の輸出の振り返りと、2022年度の展望について様々な関係企業の取り組みをご紹介しながら情報をお話しします。

◆講演2「会社の役割」
海外でレストラン事業会社の代表としての体験、日本産酒類・食品組合会社で経験を踏まえて、会社の役割とメーカー・卸間の連携強化をテーマにお話しします。

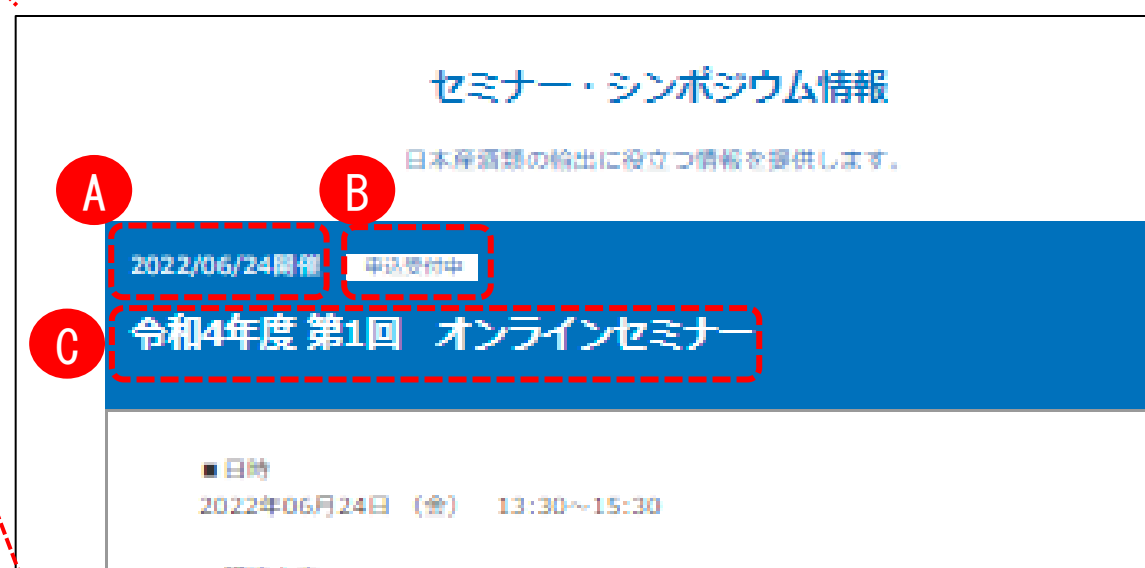
講師：坂根 正徳（さかね まさとし）
サイエント株式会社グローバル顧問・KURAND株式会社顧問・日本ソムリエ協会認定ソムリエ・SSI認定調酒師

（講師経歴）
1979年大学卒業後、サントリー株式会社にて9年間、船内北千住地区、札幌ススキノ地区、船内志谷地区の業務用市場開拓に従事し、10年目にキッコーマン株式会社へ転職。国際事業本部および海外子会社において日本食料及促進業務に従事し、イッテッは直営レストラン会社の代表、香港では酒類・食品組合会社の現地代表を務める。
2016年12月から、ジェトロサービス推進部コンシェルジュ、JFOODOアドバイザー、新輸出大国コンソーシアム・エキスパートを経て、現在は、JETRO輸出プロモーター事業専門家として国内中小企業の海外展開や輸出促進をサポートしている。全国各地の酒造組合主催の輸出促進セミナー、自治体主催の輸出勉強会での講演経験多数。
ドイツ7年、香港5年の駐在経験あり。

◆録切
6月13日(月) 15:00を締め切りとさせていただきます。

■利用システム
ZOOMを利用予定です。
利用手順につきましては後日ご案内いたします。

A～Fの項目を、管理画面から更新可能とした。



セミナー・シンポジウム情報
日本産酒類の輸出に役立つ情報を提供します。

A 2022/06/24開催 **B** 申込受付中

C 令和4年度 第1回 オンラインセミナー

■日時
2022年06月24日（金） 13:30～15:30

・お知らせ情報

TOPページのお知らせ一覧もTOPページと同様に、事務局で更新することが出来なかったため、都度システム会社に更新の依頼をしていた。改修前までは、システム会社がTOPページのお知らせ一覧の更新を完了してから登録事業者へ案内をしていたが、事務局で更新が出来るようになったため、スピーディーに案内が出来るようになった。

お知らせ

2023/01/11	令和4年度 第6回 オンラインセミナーの募集を開始しました。
2022/09/14	令和4年度 海外商談会向け オンラインセミナー（シンガポール）の募集を開始しました。
2022/09/14	令和4年度 第5回 オンラインセミナーの募集を開始しました。
2022/07/27	令和4年度第4回オンラインセミナーの募集を開始いたしました。
2022/07/19	令和4年度第3回オンラインセミナーの募集を開始いたしました。

[もっと見る](#)

(B) 新規にコンソーシアムに登録を希望する事業者の応募フォーム

「酒類製造者・酒造組合」「卸売事業者」「その他(自治体等)」の3種類の登録区分とし、それぞれの応募フォームを作成して、昨年度よりTOPページから登録申請を行えるようにした。

ただし以下は基本的な登録事業者情報のため、マッチングを希望する場合はさらなる情報を登録する必要がある。基本情報の登録に留まらず、自社の輸出に関する詳細情報を登録できる機能(自社アピール情報)の登録も可能としているため、セミナーにて事務局からサイトの効果的な活用の案内を行ったり、登録事業者からの問い合わせ時やマッチング申込時には、マッチング申込数やマッチング率の向上等に影響することから、積極的に自社アピール情報の登録の推奨を行なった。

【登録情報】

	酒類製造者・酒造組合	卸売事業者	その他(自治体等)
共通項目	事業者名(漢字、ふりがな)	事業者名(漢字、ふりがな)	事業者名(漢字、ふりがな)
	郵便番号、住所	郵便番号、住所	郵便番号、住所
	電話番号、FAX番号	電話番号、FAX番号	電話番号、FAX番号
	担当者名(漢字、ふりがな)	担当者名(漢字、ふりがな)	担当者名(漢字、ふりがな)
	部署、役職名	部署、役職名	部署、役職名
	メールアドレス	メールアドレス	メールアドレス
	ホームページ	ホームページ	ホームページ
	SNS(Twitter/Facebook/Instagram)のURL	SNS(Twitter/Facebook/Instagram)のURL	SNS(Twitter/Facebook/Instagram)のURL
	希望する情報	希望する情報	希望する情報
	メールマガジンの受信	メールマガジンの受信	メールマガジンの受信
	その他(ご意見、ご要望)	その他(ご意見、ご要望)	その他(ご意見、ご要望)
その他以外の共通項目	従業員数	従業員数	
	輸出経験の有無	輸出経験の有無	
	輸出国・地域	輸出国・地域	
	輸出を希望している国	輸出を希望している国	
	輸出を希望する酒類	輸出を希望する酒類	
	運送方法	運送方法	
	輸出に関して課題と感じていること	輸出に関して課題と感じていること	
各項目	生產品目(酒類分類)	日本産酒類の年間輸出取扱金額	
	輸出状況	輸出免許の有無	
	年間輸出販売金額	集荷可能エリア	
	令和3年度の輸出数量	輸出取扱酒類	
	輸出方法	取扱最低ロット	
		輸出先の販路	

(C) 登録事業者専用ページ

a ログイン時のID、PWの入力

登録事業者がマイページにログインをする際は、昨年度より事務局が登録時に登録事業者ごとに発行したIDと、登録事業者自身が設定をしたPWを入力してログインを行う仕様とした。なおIDは、マイページの会員情報更新から登録事業者自身にて変更も可能とした。

また、ID、PWを忘れてしまった場合は、ログイン画面下部の「ID、パスワードを忘れた方・変更はこちら」より、登録メールアドレスを入力して再設定を行う設定とした。



SAKE CONSO 日本産酒類輸出促進 コンソーシアム

新規登録 会員ログイン 文字サイズ: 標準 大

会員ログイン

ID

パスワード

ログイン キャンセル

※AMARYSにてご登録いただいていた利用者様へ
 これまでご利用いただいていたパスワードはご利用いただけません。
 以下より新たに設定してください。

[*ID,パスワードを忘れた方・変更はこちら。](#)

サイト利用規約 プライバシーポリシー お問い合わせ

Copyright©2021 National Tax Agency All rights reserved.

b 登録情報の編集機能

登録事業者が自身のマイページの登録情報を編集することができる機能を昨年度より実装した。編集できる情報は、27ページ記載の新規登録時に入力をした登録者情報と、他の登録事業者に対し公開・非公開を設定できる機能及び、他の登録事業者に対して公開することを目的とした任意の資料掲載。

他の登録事業者に対し、公開することを目的として登録を行う自社情報は以下である。編集はマイページの自社アピール編集から行う。商談を申し込みたい登録事業者をウェブサイトから検索する際、この自社アピール情報が充実していないとマッチングの申込み入りづらい。そのため、新たに登録した事業者には、事務局からアピール情報の情報登録を勧める案内を行なった。

【自社アピール情報】		酒類製造者・酒造組合	卸売事業者
共通項目	会社アピール情報	画像(3枚)	画像(1枚)
		アピールポイント	アピールポイント
各項目	商品情報(2件) (酒類製造者・酒造組合)	生產品目(酒類分類)	
		銘柄	
		商品特徴	
		輸出可能数量	
		商品画像(1枚)	
		商品URL	
		アピールポイント	
	取引の希望・条件 (卸売事業者)		取引にあたっての希望 及び条件等

※アップロード可能な画像は、大きさ：1,200×1,200ピクセル、サイズ：1メガバイト、JPEG又はPNG。

c 登録事業者同士がコンタクトを取るための機能



事業者名(漢字)	日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局
事業者名(ふりがな)	にほんさんしゅるいゆしゅつそくしんこんそーしあむじむきょく
郵便番号	163-0426
都道府県	東京都
住所(市区町村以下)	東京都新宿区西新宿2-1-1
電話番号	03-6630-8181
FAX番号	03-5909-8099
担当者氏名(漢字)	
担当者氏名(ふりがな)	
部署・役職名	
担当者メールアドレス	sakeconso@jtb.com
ホームページ	
SNS (Twitter、Facebook、Instagram)	
従業員数	5人以下
生産品目(酒類分類)	該当なし(酒造組合の為)
輸出経験の有無	なし
輸出状況	※非公開
輸出国・地域	
年間輸出販売金額	※非公開
令和2年度の輸出数量(キロリットル)	※非公開
輸出方法	※非公開
輸出を希望している国	該当なし
輸出を希望する酒類	該当なし
運送方法	常温
輸出に関して課題と感じていること	該当なし

登録事業者に対し連絡をするための機能を、昨年度よりマイページに設置をした。

登録事業者検索から商談を希望する登録事業者を見つけて、その登録事業者の詳細ページにあるマッチング申請ボタンから、商談(サイト内マッチング)の申込を行うことができる仕様とした。

マッチング申請がされると、事務局に通知が入り、事務局が双方の登録事業者に連絡をとり、商談日時の調整を行なった。

申請先の登録事業者への連絡は、事務局から電話で商談の申込が入った旨をお伝えし、商談いただけるようヒアリングを実施した。

無事マッチングの日時が決まったら、オンライン開催のためのURLの発行と、当日の進行、議事録の作成、事後アンケートの依頼等、マッチング参加事業者のフォローを行った。

(D) 検索機能

酒類製造者・酒造組合を検索する

生産品目 ▼ 選択してください

輸出国 ▼ 選択してください

輸出希望国 ▼ 選択してください

輸出状況 ▼ 選択してください

輸出方法 ▼ 選択してください

都道府県 ▼ 選択してください

その他

検索



他の登録事業者の公開情報を検索するために、今年度は検索機能の改修を行なった。

プルダウン形式で項目ごと1つしか選択できなかった仕様を、各項目をチェックボックスにし、複数選択ができるようにした。

チェックボックス内の項目(ウイスキー、清酒、あるいは中国、香港等のチェック項目)においては、チェックされた数だけOR条件とみなされる。つまり、「生産品目」に「ウイスキー」と「清酒」がチェックされて検索を行った場合、「ウイスキー」か「清酒」のいずれかを持っている事業者がヒットする。

また、チェックボックス外の項目(生産品目、輸出国、輸出状況等の項目)については、入力された場合はAND検索として条件が追加される。

つまり、「生産品目」に「ウイスキー」、
「輸出国」に「中国」が入力されていた場合、両方の条件が満たされた登録事業者がヒットする。

酒類製造者・酒造組合を検索する

生産品目

ウイスキー 清酒 リキュール

ビール ジン・ウォッカ 焼酎

ワイン その他 該当なし (酒造組合の為)

輸出国

中国 香港 台湾

大韓民国 シンガポール ベトナム

タイ マレーシア アメリカ

フランス ドイツ イタリア

イギリス オーストラリア ロシア

その他

輸出状況

現在も継続的に輸出している 継続的な輸出はなし

輸出方法

自社で輸出している 卸売事業者等経由で輸出している 該当なし (酒造組合の為)

都道府県

北海道 青森県 岩手県

宮城県 秋田県 山形県

福島県 茨城県 栃木県

群馬県 埼玉県 千葉県

東京都 神奈川県 新潟県

富山県 石川県 福井県

山梨県 長野県 岐阜県

静岡県 愛知県 三重県

滋賀県 京都府 大阪府

兵庫県 奈良県 和歌山県

鳥取県 島根県 岡山県

広島県 山口県 徳島県

香川県 愛媛県 高知県

福岡県 佐賀県 長崎県

熊本県 大分県 宮崎県

鹿児島県 沖縄県

その他

※ 検索対象は「事業者名(漢字)」「事業者名(ふりがな)」及び、会社アビール情報、商品情報1、商品情報2の「アビールポイント」となります。

並び替え

登録日降順 あいうえお順

検索

また検索結果では、一覧表示や詳細表示を設けて、見やすく使いやすい画面を構築した。

▼一覧表示

都道府県	岐阜県
輸出経験の有無	なし
輸出希望国	
輸出希望酒類	

都道府県	岡山県
輸出経験の有無	あり
輸出希望国	中国、香港、台湾、大韓民国、シンガポール、ベトナム、タイ、マレーシア、アメリカ、オーストラリア
輸出希望酒類	清酒

都道府県	東京都
輸出経験の有無	なし
輸出希望国	シンガポール
輸出希望酒類	その他(シードル)

▼詳細表示

最終更新日：2022/04/18 検索結果一覧に戻る

日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局 マッチング申請

基本情報
会社アピール
商品情報1
商品情報2

事業者名(漢字)	日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局
事業者名(ふりがな)	にほんさんしゅるいゆしゅつそくしんこんそーしあむじむきょく
郵便番号	
都道府県	東京都
住所(市区町村以下)	
電話番号	
FAX番号	
担当者氏名(漢字)	
担当者氏名(ふりがな)	
部署・役職名	


フリーワード検索では、希望する条件の登録事業者を探しやすくするために、昨年度よりアピール情報記載の内容も検索ができる仕様とした。(検索対象は、赤枠のフォーム項目)

最終更新日：2022/04/18 検索結果一覧に戻る


日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局 マッチング申請

基本情報
会社アピール
商品情報1
商品情報2

SAKE CONSO



NO IMAGE



NO IMAGE

会社アピール

※非公開

(E) 特別アカウントの作成

国税庁において情報を検索・閲覧することができる「特別アカウントA」及び、沖縄国税事務所を含む国税局において情報を検索・閲覧することができる「特別アカウントB」を作成した。特別アカウントAは、全ての情報を検索・閲覧することを可能とし、特別アカウントBは特別アカウントAに比べて検索・閲覧できる情報を制限した。

▼ 国税局の検索画面

酒類製造者・酒造組合を検索する

生産品目

輸出国

輸出希望国

輸出状況

輸出方法

都道府県

その他

各国税局アカウントはこの指定ができず、各国税局が管轄する都道府県内の検索のみ可能である。

※ 「特別アカウントA」「特別アカウントB」どちらのアカウントも、登録事業者検索の結果には表示されない。

※ 「特別アカウントA」「特別アカウントB」どちらのアカウントも、管理画面CSV出力機能には出力されない。

(F) 管理者専用ページ

ウェブサイト内の情報を適宜閲覧・出力可能な管理画面を作成した。

マッチング申込情報、セミナー応募者情報、会員情報、専門家相談の各項目ごとに情報を出力することが可能。

管理画面にログインできるのは、国税庁と事務局のみとした。(国税局はログインができない)

▼管理画面TOPページ

お知らせ管理

セミナー管理

会員情報・アピール情報管理

登録者数管理

マッチング申込情報CSVダウンロード(全て)

セミナー応募者情報CSVダウンロード(全て)

会員情報CSVダウンロード (全て)

輸出コンサルティングCSVダウンロード (全て)

専門家相談CSVダウンロード(全て)

(G) メモ欄機能

国税庁及び事務局が、登録事業者の情報を把握するため、管理画面の登録事業者情報にメモ欄機能を追加し、適宜情報を修正・編集できる機能を追加した。

メモ編集

専門家相談状況

未選択 継続 完了

011/20221021/松崎氏/完了

専門家相談議事録

011/20221021/松崎氏/完了

【相談内容】

【対応内容】

マッチング状況

未選択 継続 完了

135/20221018/20401901/

/継続

マッチング議事録

135/20221018/20401901/

/マッチング申請

【卸業者】

【メーカー】

⇒事前にメールやり取りあり。継続。

商品リスト提供状況

オンライン商談会参加状況

メモ

登録事業者の動きが一目でわかるように、登録事業者にヒアリングした内容やサポート状況、議事録等を、各事業者の管理ページに記載する機能を追加した。

国税庁及び事務局で、常に最新の情報を共有することで、登録事業者が抱えている課題や輸出に関する目的等の詳細を把握し、登録事業者間のマッチング制度向上に向けてニーズの把握や事務局のサポート強化向上に努めた。

戻る

保存

B 専用ウェブサイトの運用業務

ウェブサイトの運用及び保守に当たっては、各種リスクへの対応をはじめ、情報セキュリティ対策を徹底した。

3-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付

一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）より個人情報について適切な取り扱いが行われている企業に与えられるプライバシーマーク、並びに情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の認証を取得した環境にて、運用・保守環境にて事務局を運営した。

事務局は、JTB新宿オフィス内とし、既存のセキュリティ設備と管理メソッドを有効活用した。執務スペースへの入室管理、専用PCの設置、専任スタッフの配置を行い、事業を効果的・効率的に実施し、かつ適切な情報セキュリティ対策を行った。

登録事業者情報を閲覧する管理画面には、国税庁と事務局だけがログインできる環境をつくり、情報管理の徹底を行った。また、月に1回国税庁へ登録者数等の報告には暗号化したデータにより行った。

3-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析

登録事業者の輸出に係るニーズを的確に把握し、その内容を分析するために、アンケートの実施や事務局から定期的に電話でヒアリングを行なった。

登録事業者が抱えているニーズや課題を聞き出すためには、担当者と直接話をする機会を増やし、接点を多く持つことで関係性を構築することも重要であると考え、事務局から登録事業者に対して電話でフォローを行う機会を増やした。

登録事業者から得た情報をもとに、事務局からアプローチすることで2件のマッチングへ繋げることができた。

仲介業務の事例： 卸売事業者・兵庫県の酒類製造者と個別マッチングを希望される。

↓

事務局・新規登録された酒類事業者を紹介。

↓

卸売事業者・ウェブサイトからマッチング申請を行う。

↓

事務局・酒類製造者にマッチングの打診と並行して専門家相談を提案。

↓

マッチングの実施。後日、酒類製造者は専門家相談も実施。

上記のようにマッチングまで至る件数は少ないが、新規登録時には可能な限りヒアリングし、マッチング、セミナー、専門家相談等を案内して、継続して本コンソーシアムの支援メニューを活用いただくよう努めた。

また今年度のアンケートは、セミナー、商談会、年度末の3種類実施したが、いずれも回収率があまり良くなかったため、リマインド配信や、事務局からの声かけを行って回収率アップも図った。

事務局にて得た情報を分析やニーズの把握を行うために、日本産酒類の輸出・マッチング等に関するビジネス・国内外の市場動向・輸出手続き・輸出手段・各国の輸入規制・海外における物流事情などに知見を有する専門家を、以下のとおり選定し、登録事業者からの相談対応等を行った。

【専門家紹介】

氏名	専門酒類	専門地域	プロフィール
松崎 晴雄	日本酒、焼酎、リキュール、みりん	米国、カナダ、ペルー、チリ、中国、台湾、香港、マレーシア、シンガポール、ミャンマー、ネパール、フランス、ノルウェー、スイス、スペイン	百貨店で酒類販売とバイヤーを担当し、1997年に退社後、酒類ジャーナリスト、コンサルタントとして独立。同年に「日本酒輸出協会」を結成する。 以後、香港・台湾・米国・スイス・スペイン等で日本酒プロモーションを開催。現地の流通、料飲業者とのネットワークを築きながら、輸出拡大に向けて取り組んでいる。 「全米日本酒歓評会」「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」等、国際的な日本酒コンペティションのジャッジも担当している。
小林 尚	日本酒、ジン、焼酎	米国、香港、シンガポール、中東	前職の日本酒酒造会社では輸出全般について携わる。営業、販促から貿易実務に至る輸出業務全般を経験。また酒造会社籍中にスタートアップの日本酒輸出商社立ち上げに協力。同商社の受発注、蔵元様との調整、海外での販促活動、イベントの企画・運営などを経験する。 現在は自身の会社で中小企業の飲食料品輸出のサポート、日本と海外を結ぶ様々な案件へ携わっている。
関口 幸代	日本酒、ワイン	米国、チリ、アルゼンチン、中国、台湾、香港、韓国、シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、オーストラリア、ニュージーランド、フランス、英国、ドイツ、イタリア、ベルギー、アラブ首長国連邦、南アフリカ	酒類専門輸送業者にて、アジア全域11か国の統括業務を担い、酒類と液体貨物の輸送会社の経営やアジアにおける代理店の開拓、新規子会社設立等に携わる。その後、同社の日本代表として日本酒輸出のため冷蔵混載サービスの立ち上げに携わる。現在は、貿易並びにロジスティクス専門コンサルタントとして活動中。中国、韓国に駐在経験がある。
中正宏	日本酒、ハードリカー(ウイスキー・ジンなど)、リキュール、焼酎、ワイン	マレーシア、シンガポール、タイ、ベトナム、香港、台湾、欧州、北米	シンガポール、ベトナム、インドネシアに駐在経験を持ち、人脈を生かして日本からの食品、飲料、雑貨、玩具等の輸出を多岐に渡る分野で経験。輸出商社として活動しつつ、全国の海外ビジネスに係る企業支援に携わる。 2016年からSNSを活用し海外バイヤーと取引をしてきた経験から、コロナ禍でも全国各地で対面とオンラインを自在に組み合わせ、セミナーや商談会を多数開催。 日本産酒類分野では特に、マレーシア・シンガポール・タイ・ベトナム等の東南アジアや香港、台湾に事業パートナーがあり、欧州・北米に販路がある飲料・食品輸出商社とのパイプも強い。

3-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等

	実施日	実施方式	会社名	相談内容
専門家相談 (30件)	5月2日	オンライン	卸売事業者	中国とフランスに向けた輸出について
	6月21日	オンライン	卸売事業者	ヨーロッパ輸出の全般的な注意事項等を伺いたい
	6月22日	オンライン	卸売事業者	欧州（英）展示会出品の運送費用見積もりの読み方をご教示いただきたい
	7月1日	オンライン	卸売事業者	台湾に輸出する際の値段の付け方
	9月12日	オンライン	酒類製造者	中国と香港の商標登録や商流について
	9月21日	オンライン	酒類製造者	輸出へ挑戦するに当たりまずは何から取り組めば良いのかを教えて欲しい
	9月27日	オンライン	その他	国際物流創出のアドバイスをいただきたい
	9月27日	オンライン	酒類製造者	海外向けの価格体系をどう認識しておけば良いか教えて欲しい
	10月18日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	10月20日	オンライン	その他	物流について
	10月21日	オンライン	酒類製造者	古酒の値付けや販売方法について
	10月24日	オンライン	その他	2回目の相談
	10月24日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	12月2日	オンライン	その他	3回目の相談
	12月7日	オンライン	卸売事業者	欧州向け輸出に関する各種手続きについて
	12月13日	オンライン	酒類製造者	アフリカへの輸出について
	12月21日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック（2回目）
	12月22日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	1月10日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック/次回商談に向けて
	1月30日	オンライン	その他	4回目の相談
	2月3日	対面	その他	輸出手続に関する全般的な相談
	2月20日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	2月22日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	2月27日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	2月27日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバック
	3月1日	オンライン	卸売事業者	商談会後のフィードバック
	3月6日	オンライン	その他	5回目の相談
	3月9日	オンライン	酒類製造者	ワイン、シードルの輸出について
	3月22日	オンライン	その他	酒類物流事業参入にあたり、事業および諸手続きについて
	3月28日	オンライン	酒類製造者	商談会後のフィードバックと今後の相談

3-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営

実施形態	実施日	実施方式	参加数	講演者名 敬称略 (ふりがな)	講演者役職、資格等	講演内容
第1回 オンライン セミナー	2022/6/24 (金)	オンライン	173	坂根 正敏 (さかね まさとし)	講演①、② サイエスト株式会社グローバル顧問・KURAND株式会社顧問 日本ソムリエ協会認定ソムリエ・SSI認定唎酒師	講演①「海外輸出のいま」 ～2021年度の振り返りと2022年度の展望～ 講演②「商社の役割」
第2回 オンライン セミナー	2022/7/15 (金)	オンライン	80	清松 直之 (きよまつ なおゆき)	講演①、② K' S K s.p. 代表 中小企業診断士、社会保険労務士、日本ソムリエ協会認定ソムリエ、SSI認定唎酒師	講演①「世界の食産業のトレンドと その中における日本産酒類の展望」 講演②「輸出に関する規制・環境課題についての動向」
第3回 オンライン セミナー	2022/8/3 (水)	オンライン	68	笹沼 喜美男 (ささぬま きみお)	講演①、②、③ 一般社団法人 貿易アドバイザー協会 (AIBA)	講演①「日本の農林水産物輸出の概況」 講演②「輸出に取り組むにあたって」 講演③「国内取引との違い」
第4回 オンライン セミナー	2022/8/24 (水)	オンライン	95	笹沼 喜美男 (ささぬま きみお)	講演④、⑤、⑥、⑦ 一般社団法人 貿易アドバイザー協会 (AIBA)	講演④「輸出のかたちと実務」 講演⑤「誰に、何を、どのように売るか」 講演⑥「契約書について」 講演⑦「公的機関の支援」
第5回 オンライン セミナー	2022/9/28 (水)	オンライン	74	中正宏 (なか まさひろ)	講演①、講演② 株式会社KM International 代表取締役	講演①「商談・プレゼンで大切な3つのこと」 講演②「海外バイヤーとの商談だからこそ気を付けたい プレゼンテーションと商談資料作り」
第6回 オンライン セミナー	2023/2/2 (木)	オンライン	51	鈴木 将道 (すずき まさみち) 平野 宏幸 (ひらの ひろゆき)	講演① 日本貿易振興機構 (ジェトロ) デジタルマーケティング部 ECビジネス課 講演② CRUST JAPAN Director, CRUST GROUP VP of Business Development	講演①「世界のEC市場概況と ジェトロの支援スキームについて」 講演②「海外進出のブランディングとマーケティング ～食品ロスを加価値に CRUSTの例を踏まえて～」

実施形態	実施日	実施方式	参加数	講演者名 敬称略 (ふりがな)	講演者役職、資格等	講演内容
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（米国）	2022/7/21 (木)	オンライン	98	中田 直尚 (なかた なおひさ)	講演① 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(米国) ・ Japanese Products Produce Inc. 代表 ・ 銀だこUSA代表・天下とりUSA代表 ・ 米国NPO法人JFCA〔日本食文化振興協会〕理事長	講演①「日本産酒類の米国市場動向」
				伊藤 元気 (いとう げんき)	講演② ・ Tippsy, Inc. ・ Founder/CEO	講演②「米国への輸出・販路開拓」
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（英国・台湾・ドイツ・香港）	2022/9/2 (金)	オンライン	96	大久保 Dosseur 里美 (おおくぼ ドサー さとみ)	講演① ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(英国) ・ Enshu, Ltd 取締役	講演①英国セミナー 「日本産酒類の英国市場動向について」
				黄 浩烈	講演② ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(台湾) ・ 水西卒貿易有限公司 代表	講演②台湾セミナー 「日本産酒類の台湾市場動向について」
				Alexander van Hessen	講演③ ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(ドイツ) ・ Sake Embassy Germany代表	講演③ドイツセミナー 「日本産酒類のドイツ市場動向について」
				Alvin Du	講演④ ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(香港) ・ AAN Limited 創設者、取締役 ・ 「酒の家」創業者	講演④香港セミナー 「日本産酒類の香港市場動向について」
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（フランス・中国）	2022/9/5 (月)	オンライン	94	Sylvain Huet	講演① ・ 令和4年度国産酒類輸出コーディネーター(フランス) ・ L'ACADÉMIE DU SAKÉ 日本酒アカデミー創設者 ・ SALON DU SAKE主催者	講演①フランスセミナー 「日本産酒類のフランス市場動向について」
				李鵬	講演② ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(中国) ・ 中国国際唎酒師協会副会長・SAKETIMES中国版編集長	講演②中国セミナー 「日本産酒類の中国市場動向について」
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（シンガポール）	2022/9/22 (木)	オンライン	36	Adrian Goh (エイドリアン・ゴー)	講演① ・ 令和4年度国産酒類輸出コーディネーター(シンガポール) ・ InterRice Asia Pte Ltd., Director	講演②シンガポールセミナー 「日本産酒類のシンガポール市場動向について」
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（台湾・中国・香港）	2022/12/02 (金)	オンライン	56	黄 浩烈	講演① ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(台湾) ・ 水西卒貿易有限公司 代表	講演①台湾セミナー 「第1回商談会の振り返りと商談会成功へのポイント」
				李鵬	講演② ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(中国) ・ 中国国際唎酒師協会副会長・SAKETIMES中国版編集長	講演②中国セミナー 「第1回商談会の振り返りと商談会成功へのポイント」
				Alvin Du	講演③ ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(香港) ・ AAN Limited 創設者、取締役 ・ 「酒の家」創業者	講演③香港セミナー 「第1回商談会の振り返りと商談会成功へのポイント」
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（米国）	2022/12/12 (月)	オンライン	62	中田 直尚 (なかた なおひさ)	講演① 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(米国) ・ Japanese Products Produce Inc. 代表 ・ 銀だこUSA代表・天下とりUSA代表 ・ 米国NPO法人JFCA〔日本食文化振興協会〕理事長	講演①-① 日本産酒類の米国市場動向 講演①-② 販路開拓事例紹介
				伊藤 元気 (いとう げんき)	講演② ・ Tippsy, Inc. ・ Founder/CEO	講演②-① E-コマースでの販売について 講演②-② 商談・取引のポイント
				現地バイヤー（複数名）		講演③ 現地酒類バイヤーによるコメント
酒類輸出コーディネーター主催オンラインセミナー（ドイツ・フランス）	2022/12/16 (金)	オンライン	64	Alexander van Hessen	講演① ・ 令和4年度国税庁酒類輸出コーディネーター(ドイツ) ・ Sake Embassy Germany代表	講演① 「第1回商談会の振り返りと商談会成功へのポイント」
				Sylvain Huet	講演② ・ 令和4年度国産酒類輸出コーディネーター(フランス) ・ L'ACADÉMIE DU SAKÉ 日本酒アカデミー創設者 ・ SALON DU SAKE主催者	講演② 「第1回商談会の振り返りと商談会成功へのポイント」

3-6 登録事業者間のマッチング

2022年度マッチング種類別 月毎実参加者数				
実施日	マッチング種類	参加数		マッチング数 (実参加者数)
		卸	メーカー	
2022年4月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	2	5	5
5月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	4	6	6
6月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	2	2	2
7月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内			0
8月	本事業主催			0
	卸指定	3	20	36
	サイト内	4	3	5
9月	本事業主催			0
	卸指定	2	2	2
	サイト内	1	4	4
10月	本事業主催			0
	卸指定	7	12	20
	サイト内	1	1	1
11月	本事業主催			0
	卸指定	1	1	1
	サイト内	1	1	1
12月	本事業主催			0
	卸指定	1	2	2
	サイト内	2	5	5
2023年1月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	2	2	2
2月	本事業主催			0
	卸指定	4	28	49
	サイト内	1	1	1
3月	本事業主催			0
	卸指定	1	3	3
	サイト内	2	3	3
マッチング件数合計 (月毎実参加者数)		58	137	214

2022年度マッチング種類別 月毎延べ参加者数				
実施日	マッチング種類	参加数		マッチング数 (延べ者数)
		卸	メーカー	
2022年4月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	5	5	10
5月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	6	6	12
6月	本事業主催			0
	卸指定			0
	サイト内	1	1	2
7月	本事業主催			0
	卸指定	50	50	100
	サイト内	2	2	4
8月	本事業主催			0
	卸指定	2	2	4
	サイト内			0
9月	本事業主催			0
	卸指定	36	36	72
	サイト内	5	5	10
10月	本事業主催			0
	卸指定	2	2	4
	サイト内	4	4	8
11月	本事業主催			0
	卸指定	20	20	40
	サイト内	1	1	2
12月	本事業主催			0
	卸指定	1	1	2
	サイト内	1	1	2
2023年1月	本事業主催			0
	卸指定	11	11	22
	サイト内	1	1	2
2月	本事業主催			0
	卸指定	1	1	2
	サイト内	1	1	2
3月	本事業主催			0
	卸指定	2	2	4
	サイト内	5	5	10
マッチング件数合計 (延べ参加者数)		214	214	428

3-7 登録事業者に対する情報提供

号	実施日	構成・内容
1	2022/5/2	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識①現地に届くまでにどれくらいかかるの？
2	2022/6/1	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識②国ごとの流通の違いを教えて！
3	2022/7/1	よくある輸出の失敗事例①アメリカ編
4	2022/8/1	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識③どれくらい儲かるの？
5	2022/9/1	よくある輸出の失敗事例②アジア・ヨーロッパ編
6	2022/10/3	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識④必要な書類と手続きは？
7	2022/11/1	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識⑤ラベルに載せなきゃいけない情報って？
8	2022/12/1	日本産酒類、消費の現場①アメリカ編
9	2023/1/4	いまさら聞けない海外輸出の基礎知識⑥Q&A（読者から質問を募集）
10	2023/2/1	日本産酒類、消費の現場②アジア・ヨーロッパ編

3-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務

国税庁等が実施する海外商談会で活用するため、登録事業者が取り扱っている商品情報の収集・リスト化等について、速やかに対応を行なった。

商品リストは、本事業に新たに登録された事業者のほか、既存会員も配布対象であるため、メールにて以下のチラシと合わせて登録事業者へ入力の依頼を行なった。

■商品リストの集約数

- ・ 酒類製造者：177件
- ・ 卸売事業者：39件
- 合計 216件
- (2023年3月末時点)

▼商品リストのチラシ

日本産酒類輸出促進コンソーシアムご登録の皆様へ

海外商談用商品リスト 作成のお願い

～海外における日本産酒類の販路拡大を支援します！～

国税庁では、日本産酒類の輸出促進をサポートする「酒類輸出コーディネーター」を海外10地域※に設置し、現地バイヤーの発掘や市場状況等の情報収集を行っています。

※ 海外10地域とは、米国（ニューヨーク・ロサンゼルス）、中国（北京・上海）、香港、台湾、シンガポール、英国、EU（ドイツ・フランス）をいう。

海外商談用商品リストを作成することで、酒類輸出コーディネーターが当該リストを元に海外バイヤーを発掘し、貴社の商品に関心ある海外バイヤーとの商談の場を設定します。

海外商談用商品リストの特長

- POINT 1** 商談会時の必須情報（事業者や商品の情報）を事前にまとめることで、**コミュニケーションツール**として活用できます。
- POINT 2** 商品リストを元に、酒類輸出コーディネーターが海外バイヤーに具体的な商品情報を紹介することで、**関心の高い海外バイヤーを新規発掘・商談会へ招致**します。
- POINT 3** 商品に関心ある海外バイヤーを商談会に招致することによって、**成約率の向上が期待**できます。

海外商談用商品リスト 活用の流れ



裏面の「記入例」を参考に作成してください

海外商談用商品リストの記入例

- 商品リストに記入する酒類は、**最大3銘柄**までとなります。
- 紹介したい商品が国ごとに異なる場合は、シートをコピーし、**国別にシートを作成**してください。
- 商品リストの記入に当たって、ポイントとなる内容を赤字で記載しています。
なお、英語表記については、翻訳アプリなどを活用の上、ご自身で記入をお願いします。

国税庁 日本産酒類輸出促進コンソーシアム Sake-Consortium	
会社名 ふりがな	会社名 (英語表記) (Company name) INC= Incorporated U CORP= Corporation J CO= Corporation
担当名	担当名 (英語表記) (Person in charge name)
住所	住所 (英語表記) (Address)
本店所在地	本店所在地 (英語表記) (Head office location)
業種 (Industry)	J 製造業 (Manufacturing) U 飲食サービス業 (Food service) 卸売業 (Trading) J 小売業 (Retail) U 卸売業 (Wholesale) その他 (Others) 和文表記 () 英文表記 ()
企業概要 (Corporate Profile)	会社概要、取扱い商品やサービス、事業の強み、他者との差別化要因のほか、 会社のPRやセールスポイントとして輸出先にアピールする情報、SDGsへの取組などを記載します。
会社紹介 (英語表記) (企業の中核・セールスポイントなど)	上記日本語の内容を英語表記にします。
商品名 ふりがな	商品名 (英語) (Product name)
商品紹介・ セールスポイント (和文)	原料・醸造方法、風味（淡麗辛口・淡麗甘口・濃醇辛口・濃醇甘口）、味わい・香り、飲み方（温度）、飲むタイミング（食前酒・食中酒・食後酒）、相性のよい食材、受賞している賞、その酒類の特徴・ストーリーなどを記載します。
商品紹介・ セールスポイント (英文)	上記日本語の内容を英語表記にします。
商品分類 (Product classification)	日本語 (Sake) 焼酎 (Shochu) 泡盛 (Awamori) ラフビール (Craft beer) ウイスキー (Whisky) ワイン (Wine) リキュール (Liqueur) その他 (Other)
国内標準小売価格 (Domestic standard retail price)	() JPY
生産地 (Producing area) 醸造地帯 (Production zone)	F 常温貯蔵 (Room temperature possible) L 冷蔵貯蔵 (Keep refrigerated)
保存温度帯 (Storage temperature zone)	
容器の種類 (Types of liquor containers)	
内容量 (Internal capacity)	() ml
アルコール度数 (Alcohol content)	() %
生産者情報 (Producer Certification)	※海欄されている場合は必ず記入ください。※英語での記入をお願いします。 ID: 000001, 000 00001, 000 00002, 00001, 00002, 00003, 00004, 00005, 00006, 00007, 00008, 00009, 00010, 00011, 00012, 00013, 00014, 00015, 00016, 00017, 00018, 00019, 00020

お問い合わせ先

日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局（株式会社）JTB 新宿第三営業部
TEL : 03-6630-8181 / FAX : 03-5909-8099 / mail : sakeconso@itb.com
営業時間：09：30～17：30 / 土日祝祭日・休業

3-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成

登録事業者間のマッチング及び海外商談会における商談の良い例や悪い例、商談シートの記入方法、商談用プレゼン資料の作成、輸出価格表の作成方法などについて、実演を踏まえて説明する内容の動画を作成した。動画の仕様や構成、説明等については、国税庁と協議の上進めた。

各動画は、国内マッチング編は約20分、オンライン商談編は約25分でまとめ、専用ウェブサイトのマイページのセミナー一覧にアーカイブの掲載を行ない、登録事業者が必要な際に自由に閲覧できるようにした。

セミナー一覧

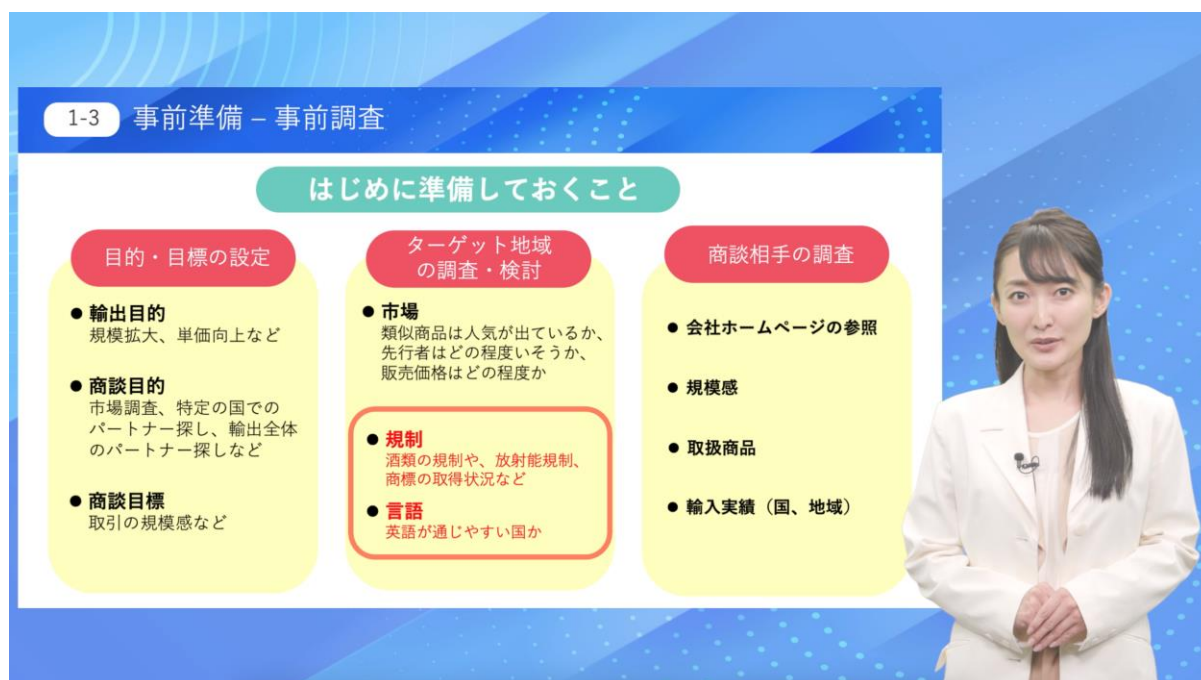
*申込、過去の実施記録も各ページをご覧ください。

2023/03/31実施	酒類輸出をはじめするための商談ノウハウ動画「国内マッチング編」「オンライン商談編」のご案内 令和4年度通年視聴可能
2023/02/16実施	受付終了 第4回SAKE-CONSOマッチング(ジャパン・インターナショナル・トレーディング株式会社)
2023/02/13実施	受付終了 第4回SAKE-CONSOマッチング(Rexwell Beverage 合同会社)

▼国内マッチング編



▼オンライン商談編



4. 各事業の効果

4. 各事業の効果

本項目では、各事業を行うことにより得られた海外販路開拓に有効な手法を、成功事例とともに効果的な事例として記載する。

4-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守

輸出に係る最新情報を効果的に発信するために、登録事業者にとって使いやすく分かりやすいウェブサイトとなるよう改修を行なった。今年度改修した項目は、TOPページの更新機能、登録事業者検索機能の更新、特別アカウントの追加、メモ欄機能の追加である。

・TOPページの即時更新

国税庁が最新情報やお知らせ等を掲載するために、TOPページの一定の範囲を直接編集・アップデート出来る機能を追加改修した。昨年度までは、TOPページの更新は事務局で作業ができなかったため、システム会社を通じ更新を行っていたことから、更新作業に時間を要していた。今年度は事務局にて操作ができるように、改修作業を行なった。

その結果、TOPページのセミナー募集の更新、お知らせ一覧の更新、登録事業者数の更新が、即時にできるようになった。

・登録事業者検索機能の更新

昨年度までは、生産品目・輸出国・輸出希望国・輸出状況・輸出方法・都道府県といった各項目で1つしか選択できなかった仕様を、複数選択できるようにして、希望する事業者のヒット率向上を図った。また、検索結果の表示についても、登録日降順とあいうえお順を選択できるように設定して、登録事業者が商談を希望する登録事業者を探しやすくなるよう、改修を行なった。

検索機能の改修前は、目当ての登録事業者がうまく探し出せないという登録事業者もいたため、事務局主催のマッチングを開催する際には、事務局が商談相手の登録事業者情報を、あらかじめウェブサイトから抜き出し、商談を行う登録事業者に事前に共有を行っていた。

今回の検索機能の改修によって、事務局の作業時間の短縮と、また、登録事業者自身で検索機能を活用してサイト内からのマッチング申請をより行いやすくしたことから、更に利用されることを期待する。

サイト内マッチングの申請数と成立数は以下のとおりである。

申請数は前年度比126.6%となったが、成立数は前年度比94.1%となった。

今後成立数も上げていくためには、事務局のサポートが重要であるため、事務局スタッフは登録事業者との接触を増やして、ヒアリングにより登録事業者の課題の把握に努め、登録事業者が希望する支援を行える体制を整えるていく事が重要である。

一方で、申請数が前年度に比べて向上している点からは、登録事業者の中でサイト内マッチングの周知が出来てきていることと、また気軽に申請ができることが申請数の増加に繋がっていると考えられる。

気になる登録事業者へいつでも気軽に商談の申込ができるこの仕組みは、忙しい登録事業者にとっても活用いただきやすい支援であると考えます。

2021年度サイト内マッチング マッチング申請数		2022年度サイト内マッチング マッチング申請数			
申請数	成立数	申請数	前年度比 (%)	成立数	前年度比 (%)
86	34	108	126.6	32	94.1

・特別アカウントの追加

国税庁において情報を検索・閲覧することができる「特別アカウントA」及び、沖縄国税事務所を含む国税局において情報を検索・閲覧することができる「特別アカウントB」を作成した。

各国税局にも自身の地域の酒類製造者、卸売事業者、その他自治体の登録状況を各国税局にて確認することができるようになったため、担当地域の酒類の輸出に関する動向を確認することが可能となった。輸出拡大に向けて各地域での活動促進のための情報として、輸出に前向きな登録事業者に対して国税局からも効果的なアプローチを行うことが可能となった。

・メモ欄機能の追加

国税庁及び事務局が、登録事業者の情報を把握するため、管理画面の事業者情報にメモ欄機能を追加し、適宜情報を修正・編集できる機能を追加した。

事務局が入力した登録事業者の動きを、管理画面上にて国税庁と共有できるようになった。また、進捗や議事録以外もメモ機能として残せるため、例えば事務局内での共有事項をこのメモ欄で行ったり、ヒアリングした内容やサポート状況等を皆で共有することも可能となった。

そのため、登録事業者の抱えている課題等の詳細を共有することもできるようになったことから、効率よく事務局運営を行えるようになった。

4-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付

事務局はJT B新宿オフィス内とし、既存のセキュリティ設備と管理メソッドを有効活用した。執務スペースへの入室管理、専用PCの設置、専任スタッフの配置を行い、事業を効果的・効率的に実施し、かつ適切な情報セキュリティ対策を行った。

また、事務局が行う登録事業者へのヒアリングや商談会の調整、事務局運営等、どれもマッチングに繋げるためには重要な作業であり、事務局の作業量は増えていくことが予想されたため、今年度は専任スタッフの増員を行なった。

できる限り業務量が同時期に被らないよう、セミナーとマッチング開催時期をずらしたりと、事務局の運営スケジュールの見直しを行いながら、登録事業者へのヒアリングの時間を確保した。

新規登録事業者は増加傾向にあり、2023年3月末時点で1,672者の登録となった。引き続き、新規登録事業者の登録推奨に努めていく。

【登録事業者数の推移】

2020年度の登録者数			2021年度の登録者数			2022年度の登録者数			合計 (2023年度3月末日時点の登録者数)		
製造	卸	その他	製造	卸	その他	製造	卸	その他	製造	卸	その他
468者	109者	44者	604者	134者	71者	90者	65者	87者	1,162者	308者	202者
合計 621者			合計 809者			合計 242者			合計 1,672者		

4-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析

登録事業者の輸出に係るニーズを的確に把握し、その内容を分析するために、メールによるアンケートの実施や事務局から定期的なヒアリングを行なった。

本事業では、国内の酒類製造者と卸売事業者のマッチングまでの支援メニューとなっているが、卸売事業者と現地バイヤーとの連携も非常に重要であるため、国税庁で実施する様々な海外販路開拓に向けた事業とも協力をしていくことで、販路拡大に繋がっていくと考える。

■アンケートの実施タイミング

・セミナーアンケート

→セミナー終了時に、セミナー参加者へメールにて配信。

・マッチングアンケート

→マッチング後の当日中に、マッチング参加者へメールにて配信。

・年度末アンケート

→12月28日に、登録事業者全員へメールにて配信。

→2月10日に、未回答者へ郵送にて送付。

いずれも回答率を上げるために、リマインド配信を行い、年度末アンケートについては、メールによるアンケート未回答者に対して郵送での送付も実施した。郵送の回答は一定数あるため、書面での案内も引き続き効果的だと考える。

■事務局から事業者へ電話フォローを行った主なタイミング

・新規登録時

→どのような理由で申込されたか、現状のヒアリング等を行なった。

セミナーや専門家相談の案内も行い、可能な限り支援メニューも紹介した。

・マッチング申請時

→サイト内マッチングの申込があった際は、お相手に商談の申込が入ったご案内に併せて、事業者に対して現状のヒアリングを行なった。

・マッチング後

→専門家によるフォローアップのご案内や、進捗確認等の確認のために連絡を行なった。

電話で接触すると登録事業者から取組状況等についての詳細を聞くことが出来るため、事務局から積極的に発信を行った。マッチングの進捗はメールだけでは確認することが困難なため電話でフォローをし、商談後の動きを把握した。登録事業者から気軽に問合せいただけるような関係性構築のためには、このような機会を活用し継続的な接触を行う等、登録事業者との接点を増やす事が重要だと考える。

4-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等

今年度は新たな専門家として、中様を迎えた。海外ビジネスの企業支援に携わっており、海外駐在のご経験もある。現地の輸出商社とのパイプも強いことから、海外展開を考えている事業者に対して的確な助言、指導をしていただけたと考えた。

中様の他、松崎様、小林様、関口様の計4名体制で専門家相談を行った。

■2022年度の専門家相談参加者数内訳（延べ件数）

- ・ 酒類製造者 16件
- ・ 卸売事業者 6件
- ・ その他 8件
- 合計 30件

（2023年3月末時点）

■2022年度の主な専門家相談の内容

- ・ これから輸出をする場合の注意点
- ・ 値付けの考え方
- ・ 中国やヨーロッパ向けの輸出について

専門家相談の実施回数が少ないことから、登録事業者の専門家相談に対する認知度がまだまだ低いと考えられる。年度末アンケートでは、酒類製造者が約4割、卸売事業者が約2割まだウェブサイトを活用したことがないという回答もあるため、ウェブサイトの活用を案内していく必要がある。

また、今年度より、専用ウェブサイトのマイページに専門家のプロフィールや相談できる内容について掲載をしているが、成功事例を掲載をする等の対応も必要である。

なお、新規登録時やマッチングの際に、事務局が登録事業者と接触する機会がある場合は、専門家相談や他の支援メニューのご案内を行うようにしていた結果、事務局の案内から申し込んだケースも1件あった。

40ページに記載の専門家相談の相談内容から、これから輸出を始めたいが何から手をつけたらよいか分からないという相談内容も多い。

まだ具体的な相談ができない状況でも、専門家との相談を通じ登録事業者自身の輸出に関する課題等が明確になる登録事業者も見受けられるので、このような輸出に関する相談窓口は、引き続き継続していくべきだと考える。

4-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営

登録事業者向け輸出関連セミナーには、本事業主催のセミナーと酒類輸出コーディネーター主催のセミナーがあり、飯田橋のスタジオから、Zoomを使用してオンラインにて配信した。

本事業主催のセミナーは、輸出初心者向けの内容を中心に行った。酒類輸出コーディネーターによるセミナーは、現地の市場動向や商談会について講演いただいた。

セミナー募集についてもアンケート同様、メールにてリマインド配信を行い、少しでも参加者数を増やせるようセミナー開催の周知を徹底した。その結果、各回約50者以上の参加があったが、酒類輸出コーディネーターのセミナーでは、1週間しかとれなかった開催日もあったため、一部50者に満たない開催日もあった。

■セミナー開催スケジュール

通常は開催4週間前に募集を行い、1週間前に募集を締切り最終案内を配信する流れだが、募集期間が短くなってしまった酒類輸出コーディネーターのセミナーは、1週間前の募集で開催当日に最終案内を配信したケースもあった。

■2022年度のセミナー参加者数内訳(延べ人数)

・酒類製造者	455者
・卸売事業者	325者
・その他自治体	267者
合計	1,047者

■事前準備

アジェンダ、参加者リスト、講演資料、Zoom URLを国税庁に共有。

■当日

スタジオにて：JTBとスタジオスタッフにて対応を行った。

新宿オフィスにて：専任の事務局スタッフが登録事業者からの電話やメールの対応を行った。

セミナー開催時期については、年末は酒類製造者が繁忙期に入ってしまうため、できる限り早い時期に開催できるよう、スケジュールを調整して開催をした。

【セミナー参加者から講師への質問内容の一例】

実施日	質問内容
2022年6月24日（金） 第1回オンラインセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャパニーズウイスキーの定義ができたが、現在輸出されている中でどれくらいのものが定義に則ったものであると認識されているか？ ・アフターコロナについてご質問。急激にインバウンドが戻る可能性が高いが、輸出を考えるにあたり、戦略修正の方向やスピード感についてご教示頂きたい。 ・GIの取組としては、こういったものが有効か？GIはとったものの、実感として有効性を感じていない。
2022年7月15日（金） 第2回オンラインセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・中国、韓国など放射能の問題で輸出できない都道府県があるが、今後どのような動向になると思うか？ ・RTDとして、缶入りの、連続式の甲類ではない、単式の本格焼酎を使ったハイボールなどは、アメリカ向けに販売していける可能性はあるだろうか？先ほどアジアの話があり気になった。 ・UK向け輸出 現地日本酒、リキュール輸入にあたって、主に提出必要な証明書、書類を教えてください。INVOICE/ PACKING LIST/ BL 以外
2022年8月24日（水） 第4回オンラインセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・展示会や商談会の潜在顧客の発掘だが、もし良い方法がありましたら教えてほしい。 ・56頁の説明で、独占権の話があり、与えなくとも良いというお話があったが、商習慣上、独占権を与えて1者とのみ酒類を取引しているような国がありましたら教えてほしい。
2022年9月5日（月） 酒類輸出コーディネーター 主催オンラインセミナー（フランス・中国）	<ul style="list-style-type: none"> ・現地製造されているメーカーにおける、フランスやヨーロッパ認知度や関心度はどうか？また現地製造のポテンシャルをご教示いただきたい。 ・家庭用で小容量がいいとのことだが、コロナ後、小容量の日本酒はどこで購入（販売）できるのか？ ・中国においてパートナーを探すに当たり気をつけるポイントは何か？また酒蔵オーナーが中国語を話せるのは人気商品になるためにアドバンテージになるか？
2022年9月22日（木） 酒類輸出コーディネーター 主催オンラインセミナー（シンガポール）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規の商品を浸透させるためには、パートナーの理解や信頼が必要かと思うが、パートナーに協力してもらうためにどのように動いていくべきか。
2022年9月28日（水） 第5回オンラインセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・良い吹き替えアプリがありましたら、教えて欲しい。
2022年12月2日（金） 酒類輸出コーディネーター 主催オンラインセミナー（台湾・中国・香港）	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン商談に参加予定。パワーポイント資料の中国語簡体字版を用意してあるが、台湾の方は繁体字だと思う。中国本土の言語よりは、英語版の方が好まれるか？ ・受賞歴のある酒に関して、日本国内の品評会と海外の品評会どちらの影響の方が大きいのか？または各国特に注目される品評会があればご教示いただきたい。
2022年12月12日（月） 酒類輸出コーディネーター 主催オンラインセミナー（米国）	<ul style="list-style-type: none"> ・本日お話された現地バイヤーの方々の連絡先を教えてください。可能か？
2022年12月16日（金） 酒類輸出コーディネーター 主催オンラインセミナー（ドイツ・フランス）	<ul style="list-style-type: none"> ・講師の前のセミナー動画も拝見したいのだが、URLをいただくことは可能か？
2023年2月2日（木） 第6回オンラインセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・ジェトロさんのスキームに登録したいと思っている。その中で、今回はかなわずとのことだったが、次回のJAPAN LINKAGEに参加したい場合、募集開始をどのように知ることができるか？ ・海外でKOLマーケティングをする場合、現地の販促法人をご紹介いただくのか。日本の法人を使用するのか。 ・JAPANMALL事業のご説明で、JETRO が商品の PR を実施、PR ・売上データをフィードバックとあるが、出展企業以外への、傾向値や一般的なデータの公開や事例の紹介などはあるか？ ・御社が起業されるにあたり、日本ではなく、シンガポールで始められた大まかな理由があれば、伺いたい。

4-6 登録事業者間のマッチング

本事業主催マッチング、卸指定マッチング、サイト内マッチングの3種類のマッチングを実施した。延べ428回開催を行い、酒類製造者延べ214者、卸売事業者延べ214者の参加があった。

■本事業主催マッチング ※3-6の表を参照

6月28日～30日、10月4日～6日、11月28日～30日の計3回開催をした。

特に条件を定めず、商談を希望する登録事業者を募集した。

■卸指定マッチング ※3-6の表を参照

8月4日～30日、2月6日～17日の計2回開催をした。

国税庁と専門家に相談の上、あらかじめ参加する卸売事業者を選定し、酒類製造者に対し、卸売事業者を指定した上で酒類製造者の募集をした。

■サイト内マッチング ※3-6の表を参照

随時開催した。

登録事業者自身が、専用ウェブサイトの登録事業者検索から気になる登録事業者を見つけて、商談申込の申請を行った。

登録事業者の希望があれば、専門家の商談同席や後日のフィードバックも行なった。専門家の知見に基づいて、商談前の事前準備、商談当日の心構え、事後のフォローアップのアドバイスを行い、マッチングに対する不安解消を目指して、商談にまだ慣れていないが輸出に前向きな登録事業者の支援を行った。専門家同席時には、的確な助言で次に繋がるよう、効果的に登録事業者側のアピール等が行えた。

オンライン商談会に不慣れな登録事業者は多いため、引き続き事務局と専門家が積極的に接触していく必要がある。

また、商談会の申込があっても、マイページのアピール情報の登録をまだされていない登録事業者も多く見られた。マッチング申込数やマッチング率の向上等に影響することから、申し込みのあった登録事業者には個別にアピール情報登録の案内も行なった。

4-7 登録事業者に対する情報提供

月1回SAKEジャーナリスト木村咲貴氏によるメールマガジンを、全10回配信した。木村氏のメールマガジンは、アメリカでの自身の実体験や、現地在住の酒類関係者にインタビューをして現地の生の声を記載したりと、現地の市場動向が初心者にも読みやすく簡潔にまとめられており、登録事業者から好評であった。（主な配信内容についてはP44を参照のこと）

木村氏の過去の記事は、マイページのメールマガジンにてアーカイブを残した。

木村氏のメールマガジンのほかにも、臨時配信として、国税庁の他事業やJETRO、農林水産省等の、輸出に関する情報提供も、本事業のメールマガジン配信希望者に向けて全24回配信をした。（配信元、主な配信内容についてはP59を参照のこと）

登録事業者からはメールの回数が多いという意見もあったため、今年度の臨時配信は、メール本文に情報を記載するのではなく、マイページの臨時配信欄に情報をアップしたと通知し、情報自体はマイページの臨時配信欄に掲載することでシンプルなメール本文とし、登録事業者からの要望を踏まえ改善した。

■メールマガジン配信希望者

- ・ 2020年度 545者
- ・ 2021年度 1,277者
- ・ 2022年度 1,514者

(2023年3月末時点)

【主な臨時配信内容】

配信元	配信日	申込締切	実施日	配信内容
上海日本国総領事館	7月15日	8月5日	8月10日	【募集】オンラインセミナー「中国酒類市場、最前線！」～日本料理店と越境EC～
国税庁	7月29日	8月12日	11/10～12	(国税庁事業) 日本産酒類プロモーションブース(ジャパンパビリオン) 出品のご案内
JETRO	8月5日	8月24日	8月26日	【ウェビナー】(国税庁事業) ポーランド・トルコ・メキシコへの日本産酒類輸出の可能性
JETRO	8月23日	9月7日	10/17～21	(国税庁事業) ポーランド・日本産酒類輸出オンライン商談会
国税庁	8月26日	9月13日	10月19日	【国税庁事業】 日本産酒類 海外販路開拓支援事業—ベトナム— オンライン商談会・セミナー開催のご案内
国税庁	9月6日		9/24など	【国税庁事業】 海外商談会
国税庁	9月9日		9/6～	(国税庁事業) 令和4年度 海外商談会向け オンラインセミナー (ベトナム) YouTube配信
JETRO	9月15日	10月3日	11/21～25	(国税庁事業) トルコ・日本産酒類輸出オンライン商談会
国税庁	9月21日	10月12日	11月16日	【国税庁事業】 日本産酒類 海外販路開拓支援事業—タイ— オンライン商談会・セミナー開催のご案内
JETRO	10月4日	10月19日	12/5～9	(国税庁事業) メキシコ・日本産酒類輸出オンライン商談会
国税庁	10月13日	11月8日	3/8, 9	[国税庁事業] 3/8-9 Vinexpo America /Drinks America 2023 日本産酒類ジャパンパビリオンのご案内
国税庁	10月31日	10/31など	12/10など	(国税庁事業) 海外商談会(香港・台湾・中国)
JETRO	10月31日	11月29日	12月1日	【ウェビナー】(国税庁事業) スイス・イタリアへの日本産酒類輸出の可能性
国税庁	11月7日	11月24日	1月23日	【国税庁事業】 日本産酒類 海外販路開拓支援事業 米国(カリフォルニア) 対面型商談会 開催のご案内
農林水産省	11月15日		11月16日	「GFPネクストマーケットセミナー ～輸出額5兆円に向けたポテンシャル市場の開拓～」 配信のご案内
国税庁	11月25日	12月12日	1月18日	【国税庁事業】 —オーストラリア— 日本産酒類 海外販路開拓支援事業 オンライン商談会開催のご案内
国税庁	11月25日	12/16など	2/6など	【国税庁事業】 —アジア・欧州— 日本産酒類 海外販路開拓支援商談会開催のご案内
JETRO	12月1日	12月23日	5月20日	米国・シカゴ「NRA Show 2023」ジャパンパビリオン 出品のご案内
在上海日本国総領事館	12月2日		12月19日	【募集】在上海日本国総領事館主催 「中国のECにおける食品販売動向」 (中国食品動向セミナー第1弾!!)
JETRO	12月5日	12月12日	1/30～2/3等	(国税庁事業) 「イタリア」「スイス」日本産酒類輸出オンライン商談会
国税庁	12月12日	1月10日	2月16日	日本産酒類海外販路拡大支援事業 米国オンライン商談会開催のご案内
国税庁	12月19日	12月23日	2月13日	(国税庁事業) 海外商談会 募集期間延長のお知らせ
国税庁	12月26日		12月1日	(国税庁事業) スイス・イタリアへの日本産酒類輸出の可能性 ⇒YouTubeにて配信中
国税庁	1月16日	1月30日	3月17日	(国税庁事業) 海外商談会 中国(上海) 現地開催

4-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務

国税庁が実施をする海外商談会で活用するため、登録事業者が取り扱っている商品情報の収集・リスト化を行なった。

■商品リストの集約数

- ・酒類製造者 177社
 - ・卸売事業者 39社
 - 合計 216社
- (2023年3月末時点)

■集約方法

・新規登録事業者
活用の目的を明記して、会員登録時に作成を依頼。

・既存会員
活用の目的を明記して、メールにて作成を依頼。

記入例のチラシも一緒に配布したため、比較的スムーズに記入いただき事務局へ返信いただけた。

4-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成

登録事業者間のマッチング及び海外商談会における商談の良い例や悪い例、商談シートの記入方法、商談用プレゼン資料の作成、輸出価格表の作成方法などについて、実演を踏まえて説明する内容の動画を作成した。

年度末アンケートの結果によると、輸出経験者にとっては自明の内容であるようだったが、「リアリティがあり分かりやすい」「基本的な内容だが基礎面の講習内容として参考になった」という意見もいただいた。

また、輸出経験者と思われる方も「動画中の失敗例に思い当たる節があり参考になった」「基礎講習、教育ツールとして有効」とのご意見もいただいた。

その反面、未視聴や掲載場所が不明という意見もあったので、今後は、特に新規登録事業者やマッチングに初めて参加する登録事業者及び輸出未経験登録事業者等には、事務局が積極的に動画視聴を勧めていく必要がある。

5. 今後の課題と対応策

5. 今後の課題と対応策

本項目では、各事業を行うことで明らかとなった課題及び課題への対応策について記載するほか、今後の効果的なマッチングへ繋げていくための改善策、そのために必要であると考えられる機能や支援メニューについても記載する。

【事業全体の課題】

①効果的な手法を用いた輸出マッチングによる成約数の増大、②国税庁の商談会事業等との連携により、更に多くの登録事業者を輸出に導くことが求められる。

各項目における課題とその対応策を次の通り整理する。

5-1 本事業専用のウェブサイトの構築、運用及び保守

【課題】

(1) 一部の登録事業者より、ウェブサイトについて、以下の声があった。

「過去のセミナー動画やメルマガのアーカイブを探し出すのが難しい」

「各種支援の申込ボタンを押した後の動きが分からない」

「メールマガジンの内容が混在しており分かりにくい」

そのため、登録事業者にとってわかりやすいウェブサイトの改修を行う必要がある。

【対応】

(1) マイページのセミナーやメールマガジンの各項目において、タイトルを見て概要がわかるような仕様とする。また、各種支援の申込ボタンを押した後の動きが分かるよう、確認画面に情報を追記する等、ウェブサイトを改修する。

5-2 登録事業者に係る情報の管理、登録及び登録申請に係る受付

【課題】

- (1) 登録事業者の最新の情報や動向は、事務局が管理更新しているため、国税庁等は事務局から最新の情報を得る必要があった。そのため国税庁等が情報を得るまでにタイムラグが発生することもあったため、事務局を介さず最新の情報や動向を共有する必要がある。

【提案】

- (1) 支援の利用状況や登録事業者の動きを、国税庁等が必要なタイミングで確認出来ると、国税庁等から事業者へのコンタクトをスムーズに行う事ができるようになる。
そのため、登録事業者ごとの支援の利用状況やステータスを共通把握するために、事務局が管理画面のメモ欄に情報を入力し管理を行い、時差なく情報の共有を図った。

次年度は、入力項目の見直しなど、引き続き検討していく必要がある。

5-3 登録事業者の輸出に係るニーズの把握及び分析

【課題】

登録事業者の求める輸出に係るニーズや課題等を的確に、適時に把握する必要がある。

【提案】

登録事業者の輸出に係るニーズや課題等は登録事業者ごとに異なっており、また、輸出に取り組む各段階にて日々変化しているため、これらを適時に把握することで、最適な支援メニューの提案が可能となる。

そのためには、専門家による登録事業者のニーズや課題等の把握や分析を実施する必要があることから、引き続き、事務局と専門家による定期的なミーティングを開催する。

今後は、当該ミーティングに国税庁も同席し、事務局、専門家及び国税庁の3者にて登録事業者の求める輸出に係るニーズや課題等を適時に把握し、課題解決に向けた最適な支援メニューの検討を実施できる体制とする。

また、登録事業者のニーズや課題等の把握のため、引き続き、年度末アンケートを実施するが、今年度はメールと郵送にて全登録事業者に向けてアンケート回答の依頼を行ったところ、回収率が半数にも満たなかった。

登録事業者のニーズや課題等の把握のためには、回収率の向上が必須であるが、年度末アンケート未提出者は積極的に支援メニューを活用していない登録事業者であると考えられることから、このような登録事業者には輸出について関心を持ってもらう必要がある。

本コンソーシアムの支援メニューを利用して輸出に繋がった事例の紹介や、効果的な活用事例をまとめた資料を作成し、ウェブサイトやセミナー等で登録事業者に共有を行うことで、まずは輸出に関心をもってもらい、コンソーシアムで提供する支援メニューの活用へ繋げることが必要である。

このように、輸出に高い関心を持つ登録事業者を増やし、支援メニューが活用されることは、アンケート回答率の向上にも繋がると考えられ、得られたアンケートの結果から、よりよい支援メニューの提供へ繋げることができる。

5-4 登録事業者に対する助言、指導、相談対応等

【課題】

- (1) 登録事業者に対する輸出に関する助言や相談等の対応のため配置した専門家相談の利用実施回数が少なく、問題解決手段として十分に活用されていない状況であるところ、登録事業者が専門家相談を十分に活用できるよう工夫する必要がある。

【提案】

- (1) 来年度は、専門家相談の実際の活用事例を公表する等、活用のメリットを登録事業者へ分かりやすく伝えることで、専門家相談を十分に活用できるような工夫も引き続き検討する必要がある。

事務局から支援メニューの案内を行っていくとともに、専門家相談の申込画面には、専門家のプロフィールや相談事例を分かりやすく掲載して、申請につなげられるような環境をつくる必要がある。

なお、次年度は、日本在住の輸出に関する専門家のほか、海外在住で現地の流通に精通している人物も専門家として迎えて、タイムリーに現地の情報や現地での輸入の流れ、日本産酒類の輸出を伸ばすための相談ができるような体制とし、登録事業者が抱えている課題に的確に助言ができる環境を構築していく必要がある。

5-5 登録事業者向け輸出関連セミナー等の企画・立案・運営

【課題】

- (1) 前年度は新規登録事業者数の増加に注力をした結果、大幅に登録事業者数が増加した。そのため、今年度は、新規登録事業者向けに、輸出に関する基本的な内容のセミナーを中心に行ったところ、輸出経験のある登録事業者にとっては既に把握している内容も多かったという意見もあった。

輸出に関するニーズも知識も様々である各登録事業者に対し、一律の内容でセミナー等を実施するのは効果的ではないため、次年度は、登録事業者のレベルに合ったセミナーの開催を行う必要がある。

- (2) セミナーアンケートの回収率が低いため、回収率の向上を目指す。

【提案】

- (1) 次年度のセミナーは、各登録事業者の輸出経験等のレベルに応じた内容のセミナーを実施する。

また、登録事業者の参考になる取組等を紹介するなど、具体性を持たせた効果的なセミナーを企画する。

- (2) アンケート回答率の向上のために、専門家と相談の上、短時間で効果的な回答を得られるようなアンケート項目の見直しも継続して行うだけでなく、アンケートの周知案内の強化(セミナー中に案内する回数を増やしたり、締切前に再案内を行う等)や配信するアンケートメールのデザインを変える等、回答しやすいアンケートにしていく必要がある。

また、セミナー中にアンケートの回答時間を設けることも、回答率の向上に繋がる可能性があると考えられる。

5-6 登録事業者間のマッチング

【課題】

オンラインでは相手の温度感が伝わりにくいため、対面での開催も検討する必要がある。

【提案】

対面での開催は、オンラインでの開催に比べ、商談をしながらの試飲もしやすいことから、成約にも繋がりやすい傾向にある。

よって、次年度以降は、コロナウイルスの感染拡大の状況によって、対面での開催も視野に入れて マッチングを企画する。

5-7 登録事業者に対する情報提供

【課題】

本コンソーシアム事務局から農林水産省やJETROなどの輸出に関する情報についても臨時メールマガジンとして配信していたため、情報を受け取った登録事業者は、本コンソーシアムが主催するイベントだと勘違いするケースも多く、登録事業者にとって、受付・問合せ先が分かりにくい状態であった。

そのため登録事業者にとって、使いやすく分かりやすい案内を行う必要がある。

【提案】

本コンソーシアム事務局から農林水産省やJETROなどの輸出に関する情報について配信する場合は、主催者や申込先を明記することで、受付・問合せ先の分かりにくさを解決する。

また、これまで、国税庁が主催する海外展示会や海外商談会等の募集については、受付・問合せ先がそれぞれ異なっていたが、次年度以降は、本コンソーシアム事務局にて一括して行うことで、登録事業者の利便性向上に取り組む。

5-8 国税庁が実施する海外商談会への協力業務

【課題】

- (1) 商品リスト作成は、既存の登録事業者に依頼を行ったほか、新規登録事業者にも登録時に事務局から案内を行っていたが、実際に商品リストを作成いただけたのは、酒類製造者177社、卸売事業者39社の計216社(約14%)であった。※酒類製造者と卸売事業者の登録合計数と比較。

今後も商品リストを活用する場合には、商品リストの集約率向上を目指す必要がある。

【提案】

- (1) 商品リストを活用した事例を登録事業者へ示すなど、本コンソーシアムの登録事業者に対し、積極的に提出いただくよう周知していくべきである。

このほか、エクセル形式での商品リストから、ウェブを活用した入力漏れがなく作成できるようなシステムへ改修するなども、商品リストの回収率向上には効果的であると考えます。

5-9 登録事業者間のマッチング及び海外商談会に関する動画作成

【課題】

- (1) 年度末アンケートの回答から、「どこに掲載されているのかわからない」「まだ見ていない」「既に輸出を行っているのを見なくても問題ない」という登録事業者も多くみられたことから、当該動画の掲載場所の見直しや活用してもらうための工夫、登録事業者ごとのニーズや課題にあった内容であるか検討する必要がある。

【提案】

- (1) 国内・海外それぞれ約20分の動画となっており、実演で分かりやすく解説をしており、簡潔な動画であるため、新規で登録をされた事業者や、専門家相談に申込をいただいた輸出の経験が浅い登録事業者を中心に、事務局から視聴を勧めていく。

「掲載場所がわからない」という登録事業者に対しては、セミナー時やメールマガジン等で、再度動画の紹介を行い、再周知を行い、視聴いただくよう案内を行う。

「まだ見ていない」という登録事業者に対しては、当該動画を活用している他の登録事業者の声を紹介することなどにより、動画を視聴いただけるよう案内する。

「既に輸出を行っているのを見なくても問題ない」という登録事業者に対しては、輸出に取り組む中で直面する問題やその解決策等を提案できる支援を検討する必要がある。

6. まとめ

6. まとめ

本項目では、今年度実施をした取組やアンケート結果をもとに、マッチング支援等を通じた日本産酒類の海外販路開拓に有効な手法について調査・分析をした結果を記載する。

1 輸出に繋げるための他事業との更なる連携

コンソーシアムで実施しているマッチング支援は、国内における酒類製造者と卸売事業者とのマッチングであるところ、当該マッチングの成約後は、実際に輸出に繋げることが重要である。

そのためには、コンソーシアムでのマッチング支援にて成約した酒類製造者と卸売事業者が、スムーズに国税庁等が実施する海外商談会や海外展示会等へ参加できるよう、情報の提供や適時のマッチング開催等、コンソーシアム事業と海外商談会事業や海外展示会事業等との更なる連携が必要である。

2 登録事業者の輸出に関するニーズや課題等の把握、支援策の検討

輸出に不慣れな登録事業者や、輸出に積極的な登録事業者に寄り添った支援は、国税庁主導のもと、引き続き事務局を窓口として専門家と共に継続する必要がある。

そのためには、輸出に関する専門家の強化・増員を図り、専門家による助言やデータ分析を定期的に行い、引き続き、登録事業者が抱えている課題や求めている支援策を検討する必要がある。

今後は、国内専門家のほか、海外の動向に詳しい専門家も迎えて、現地での日本産酒類の市場を共有いただき、登録事業者にタイムリーに現地の情報を提供いただくとともに、国税庁・事務局間において情報を共有し、支援策を検討することが必要がある。

3 活用事例等による支援メニュー活用の拡大

支援メニューを活用しきれていない登録事業者に対しては、他の登録事業者の支援メニューの活用事例を紹介するなど、積極的に活用いただけるような取組が必要である。

7. 参考資料

7 参考資料

7-1 セミナーアンケート

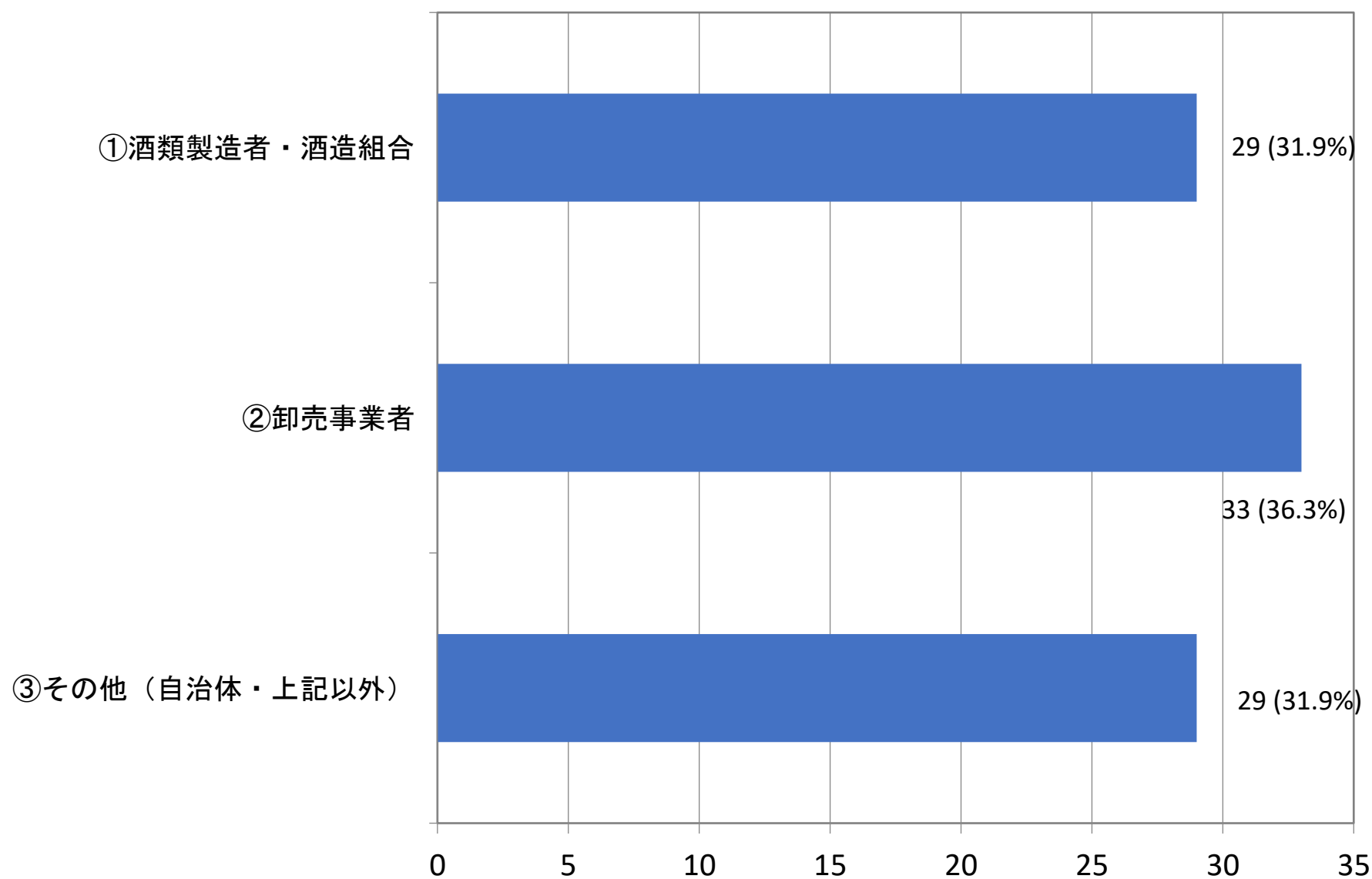
▼セミナーアンケートの回収率

実施日	申込人数				回答人数				回収率
	酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	その他 (自治体等)	合計	酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	その他 (自治体等)	合計	
2022年6月24日	70	57	46	173	29	33	29	91	52.6%
2022年7月15日	32	28	20	80	3	11	10	24	30.0%
2022年7月21日	48	25	25	98	10	17	32	59	60.2%
2022年8月3日	25	22	21	68	6	9	13	28	41.2%
2022年8月24日	48	21	26	95	6	9	12	27	28.4%
2022年9月2日	44	33	19	96	8	17	20	45	46.9%
2022年9月5日	47	27	20	94	9	14	26	49	52.1%
2022年9月22日	14	10	12	36	2	4	8	14	38.9%
2022年9月28日	33	21	20	74	11	6	19	36	48.6%
2022年12月2日	23	25	8	56	3	9	6	18	32.1%
2022年12月12日	27	16	19	62	5	7	15	27	43.5%
2022年12月16日	26	21	17	64	3	10	11	24	37.5%
2023年2月2日	18	19	14	51	5	12	11	28	54.9%

▼2022年6月24日（金）セミナー

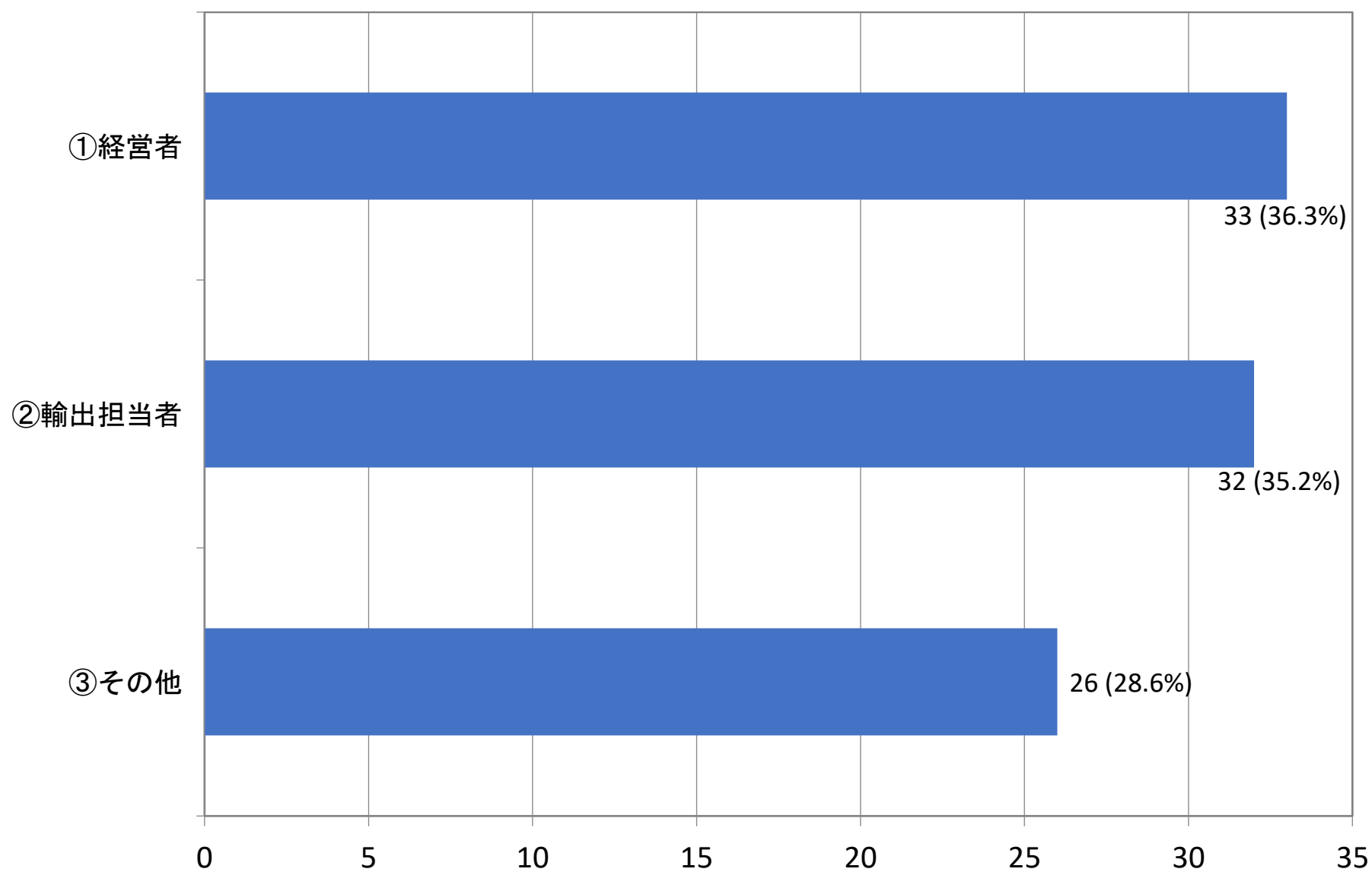
1. 業態を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



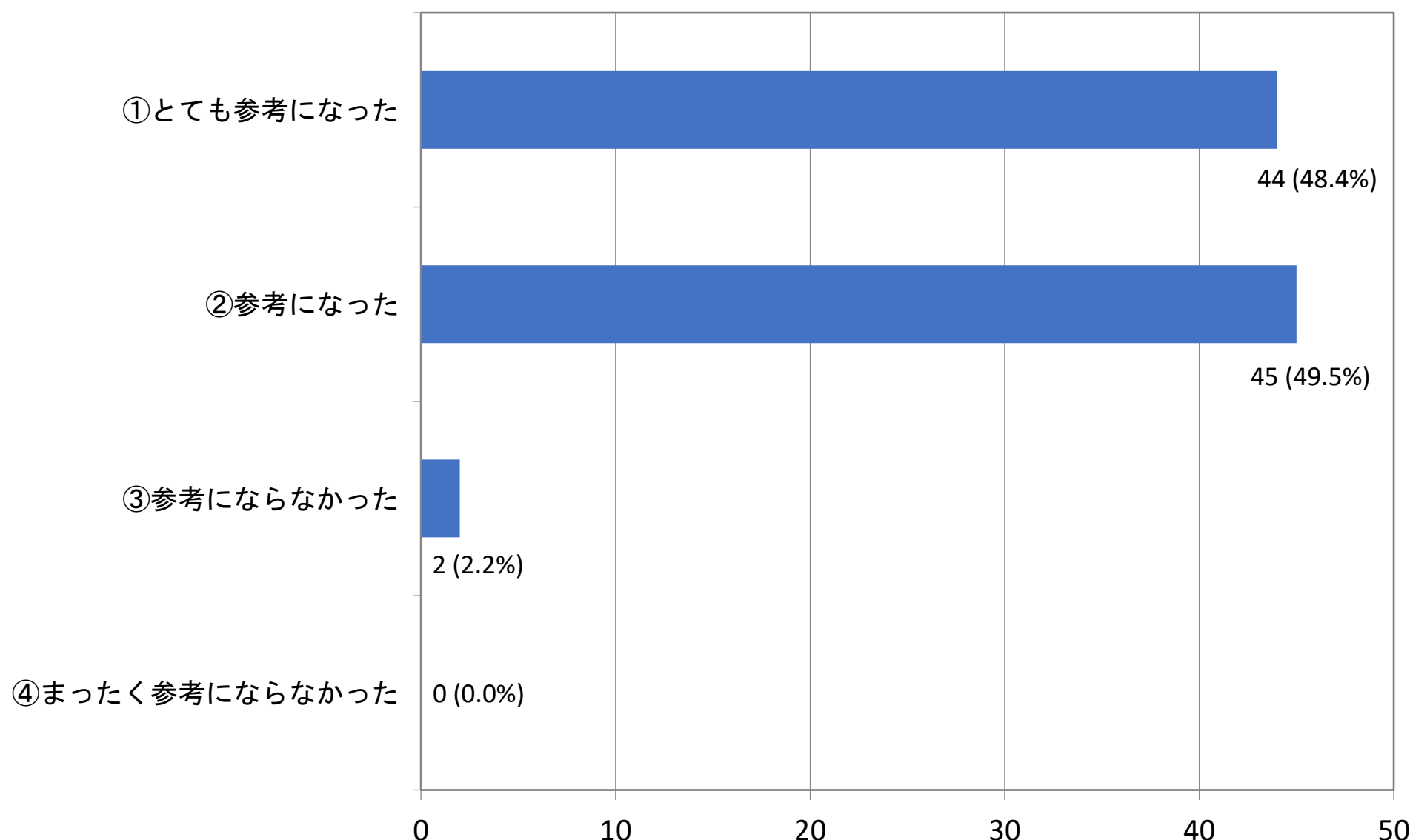
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 坂根正敏 ①「海外輸出のいま」～2021年度の振り返りと2022年度の展望～
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・現在の市場の動向が分かった。
- ・公演を通じて高付加価値化の必要性を感じ、自社で検討すべき課題を明確にすることができた。
- ・メーカーに勤務後、インポーターも経験した方の意見は実体験を基に話をされているので参考になった。
- ・自慢話や一般論しか語らないセミナーが少なくない中、坂根氏の話される内容は広い角度から考察されており、戦略を特定することなく様々な可能性が潜むことを認識させられた。
- 日本産酒類（とくに清酒）の製造者は零細企業ばかりが乱立する世界であるだけに、方向性は様々。個性を活かしながらの海外戦略を構築すべきとの意を強くできた。
- ・成功事例であるが、中々自社に当てはまる事例では無かった。しかし、成功事例を多く伺えたことは非常に大きな刺激になった。
- ・高付加価値化を具体的イメージする良い機会になった。只、当方の商品アイテムがリキュールだったため、どのデータが参考になるのか迷ってしまった。高付加価値化についての話やSake Blockchainの話がとても参考になった。
- ・弊社は生酒を主体としているので、本日教えて頂いたことを参考にして、生酒商品を軸としたブランディングやサプライチェーンの見直しに取り組んでいきたい。
- ・実例を交えて、具体的な助言をいただき、良かった。
- ・海外輸出もただやみくもに進めるのではなく、マーケティング戦略を決めて実行することが重要であるということを再認識した。
- ・数字でもっと示していただけたらなお良かった。

②卸売事業者

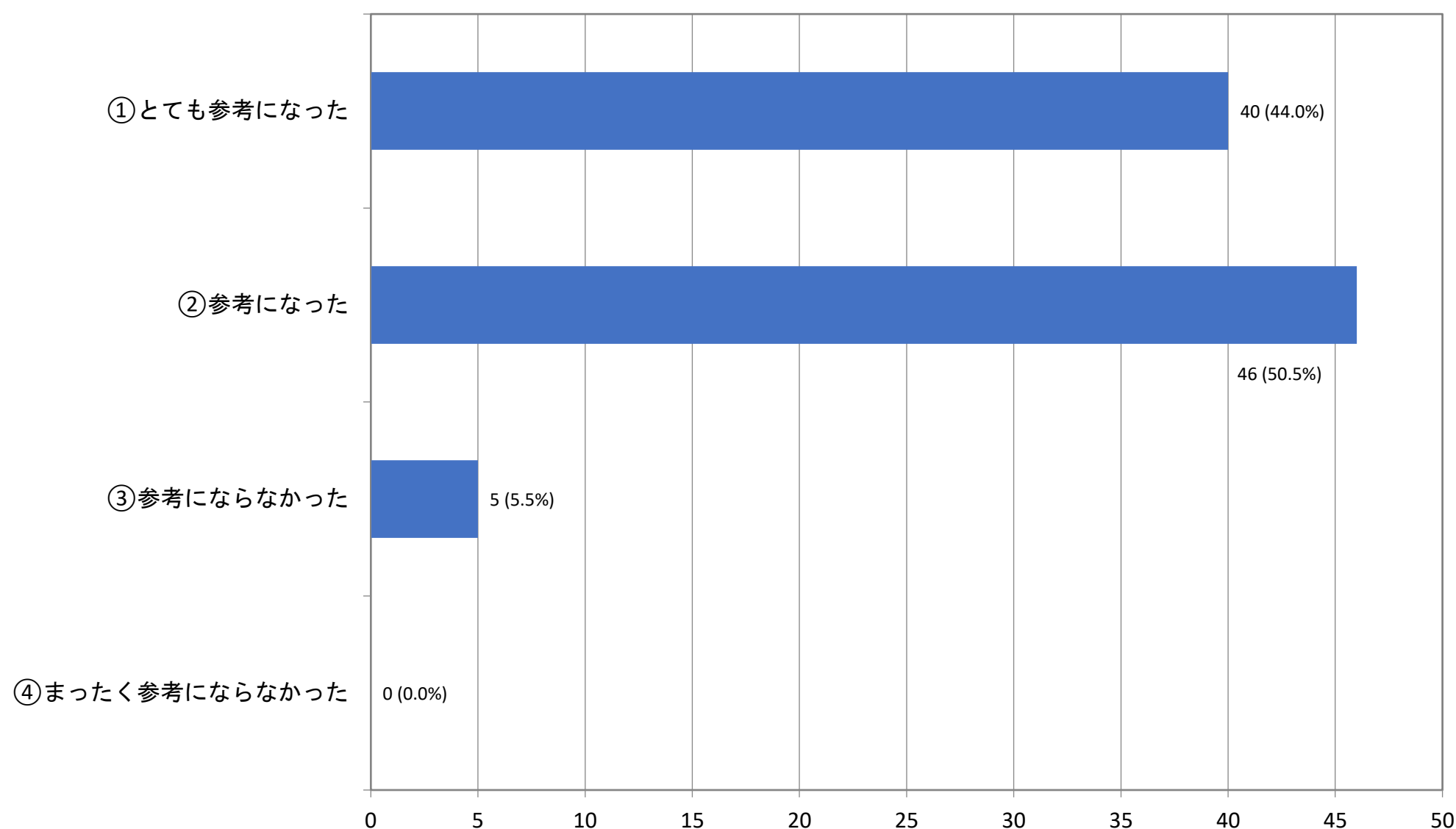
- ・正確な情報を知れてよかった。
- ・ただ日本産酒類というだけでなく、高付加価値化が重要だと認識できた。
- ・日本酒輸出について、近年の市場状況をわかりやすく説明していただいた上で、地域によって求められる単価の違いはあるものの、基本的には高付加価値の商品が需要が高いということもあり、どのように自社商品の付加価値を伝えられるかという重要性を感じた。
- ・トレンド等の情報は大変参考になったが、これらの情報はネットや資料で集めることができる。他方実務に関するノウハウ、例えば、現地の卸さんにどうやってアプローチするのか等は手に入れることが難しく、そのような情報の方が役立つと思う。
- ・他のセミナーで既に聞いた内容だった。
- ・ホームページや案内書等が日本語版を英文にただけではエッジが効いていないと言われた点が参考になった。
- ・海外輸出先国・カテゴリー別現状のご説明から、製造者や関連業者の方向性や可能性についてイメージする事が出来た。特にラグジュアリー商品においてはECサイトでよく目にするものも多く、ご説明頂いたストーリー性と付加価値は密接に結びついており、今後も広がりを見せると感じる事ができた。
- ・これから輸出に取り組もうと考えている企業。特にこれからの展開に大きな可能性が望まれる蒸留酒に興味をもっており、今回のセミナーはとても勉強になった。
- ・カテゴリーごとに説明いただき分かりやすかった。
- ・高付加価値商品の優位性が分かった。
- ・意外なカテゴリーが伸びていることが分かった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・高付加価値商品開発のヒント、Japan Craft Sake Company (Sakenomy)情報、White Spirits情報などが参考になった。酒造会社の成果のあった取組の紹介が非常に分かりやすく、挑戦する気持ちになれた。質疑応答の最後の「オーガニック蒸留酒の可能性」についての回答は、非常に的を得ており、輸出事業への参画には、SDGS、サステナビリティなど、企業としての価値の向上が重要であることを教えていただいた。
 - ・事務局から事業全般の説明があったため、令和4年度の方向性が理解できた。
 - ・全体的に定性的、定量的検証が豊富なレジュメだった。
- 高付加価値戦略の有効性は私自身の香港での経験からも感じたことだが、それをケーススタディーとして効果的にプレゼンされていた。
- ・今後の展望の概要がつかめた。
 - ・一般的な情報が多く、知っていることがかなりあった。プレゼン資料も少なく、やや残念な感じがした。

5. 坂根正敏 ②「商社の役割」上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. Q5で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・総合食品卸と酒類専門卸の違いがよくわかり参考になった。
- ・これからやらなければならないことが見えてきた。
- ・総合食品卸と酒類専門卸の話で、食事とのペアリングの話が気になった。
- ・自身も商社勤務の経験があり、同意すべき点が多かった。
- ・商社の役割を本当にどれだけの商社が果たしているのかと考えてしまった。全般に画面がぼやけていて見にくく最後は資料をプリントアウトして講演を聞いた。もう少し抑揚をつけて、資料以外のお話を聞きたかった。
- ・商社さんに期待する情報の具体的内容がイメージ出来て良かった。
- ・総合食品卸、酒類専門卸強み、弱みが面白かった。
- ・海外展開に当たってのPDCAサイクルの視点が参考になった。
- ・総合商社と専門商社の輸出比率等の数字がわかれば良かった。

②卸売事業者

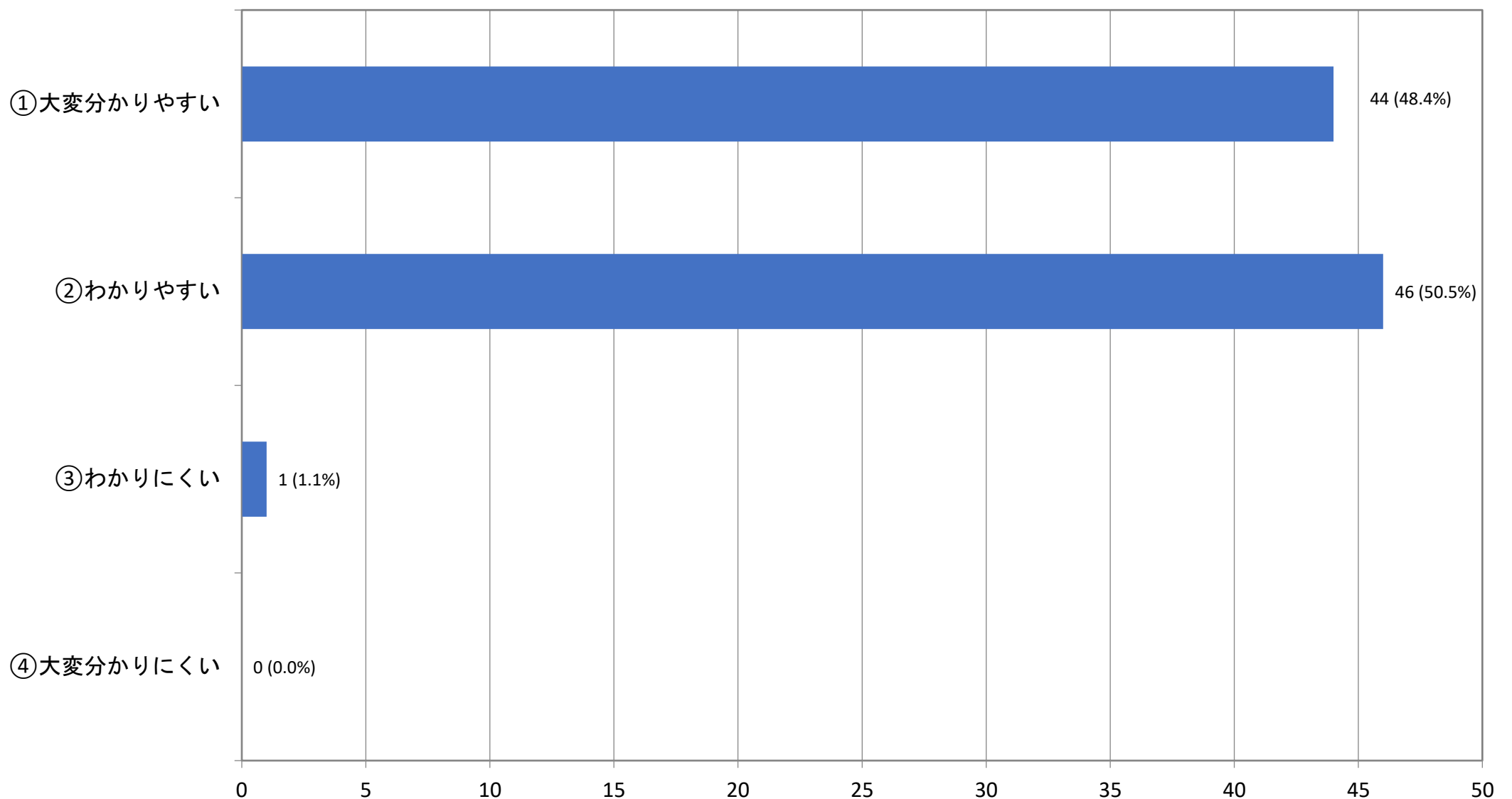
- ・今まで国内向け卸だったが、輸出を検討するにあたり何が求められているのか理解することができた。
- ・ディストリビューターの倉庫チェック（保管状況・品質管理・在庫数）は盲点だった。
- ・現地パートナーを発掘するうえで参考になった。
- ・商社の役割と現地卸売業者の需要掘り起こしが参考になった。
- ・まったく同感。確信できた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・参考になった点は、各酒類の統計は役に立った。
- 参考にならなかった点は、商社との取り組みでは、既に多くの酒類を扱っており、流通パートナーを得られない酒造蔵も多く総合商社や専門商社でも中々扱い開始にはならない。その辺りの実情はよくご存じのはずだが一般論に終始されたと思う。
- ・商社について、携わっておられたこともあり事情を詳細に教えていただき、今後の参考になった。日本の商社と上手くマッチングできれば、輸出事業への参入がやり易いと感じられた。
- ・商社とどう付き合うか(丸投げせずにそのまま先の消費者の情報まで取れ)ということが明確に説明されていた。
- ・問題点が明確になった。
- ・温度帯を意識する点について、商社の方がまずは知識を持たなければならないと思った。
- ・踏み込んだ内容が少なかったと思う。

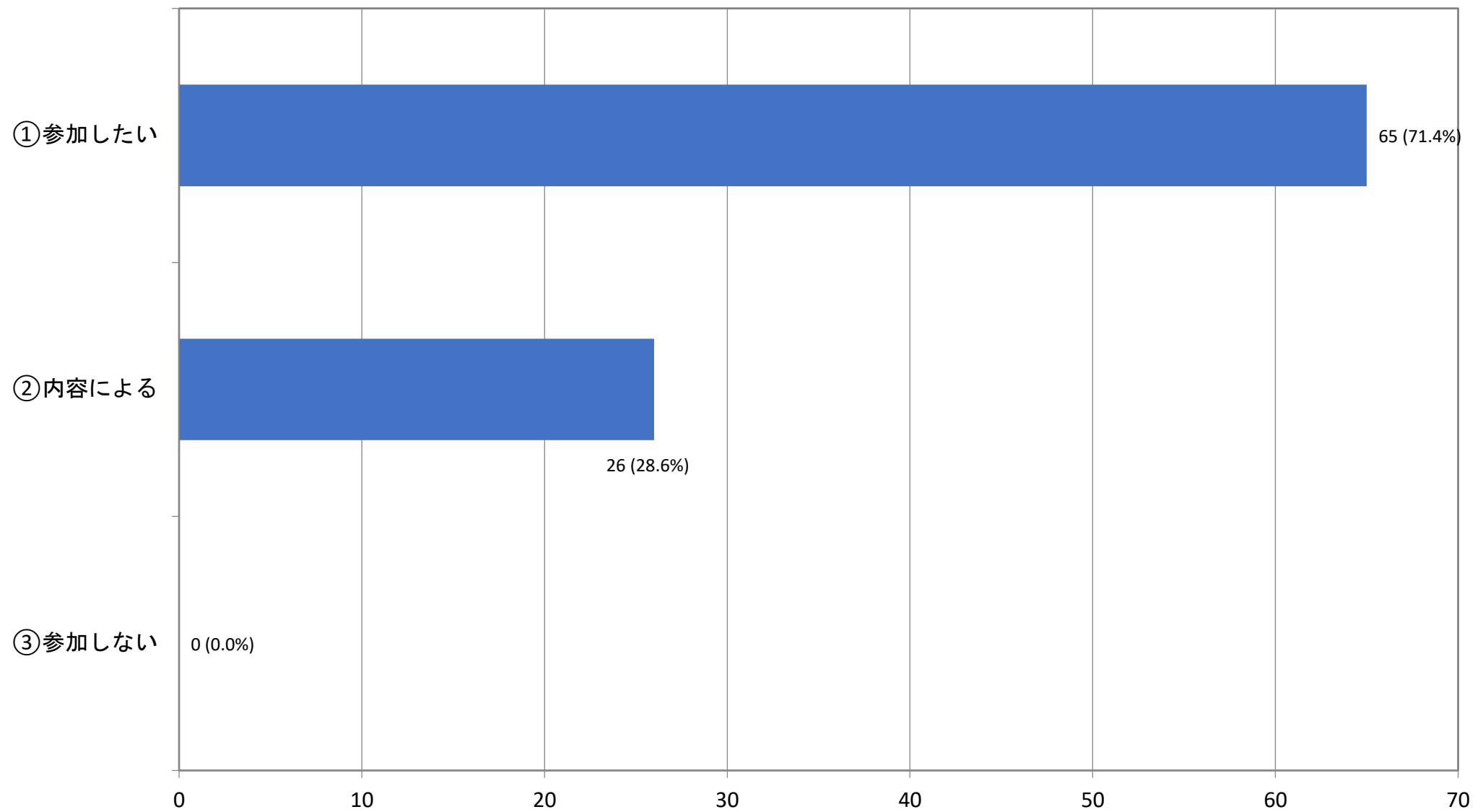
7. 坂根正敏の説明について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



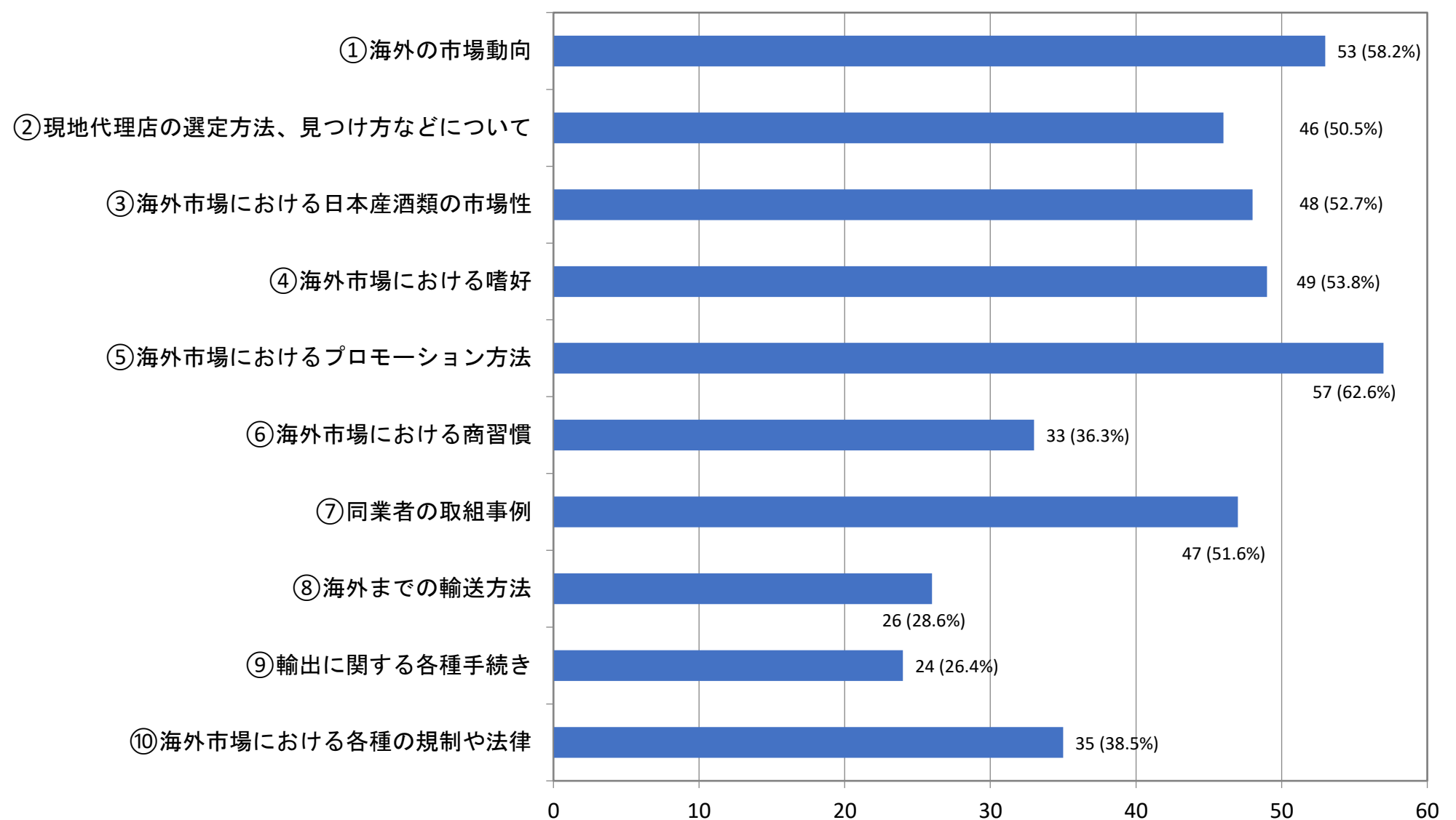
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・アメリカ、中国などのターゲット国での消費者の酒類の消費習慣について知りたい。家庭での食事は酒類は飲まず、会食の時に酒類を飲むなど。
- ・商品がハーブ系リキュールのため、商品アイテムに応じた情報が欲しかった。

②卸売事業者

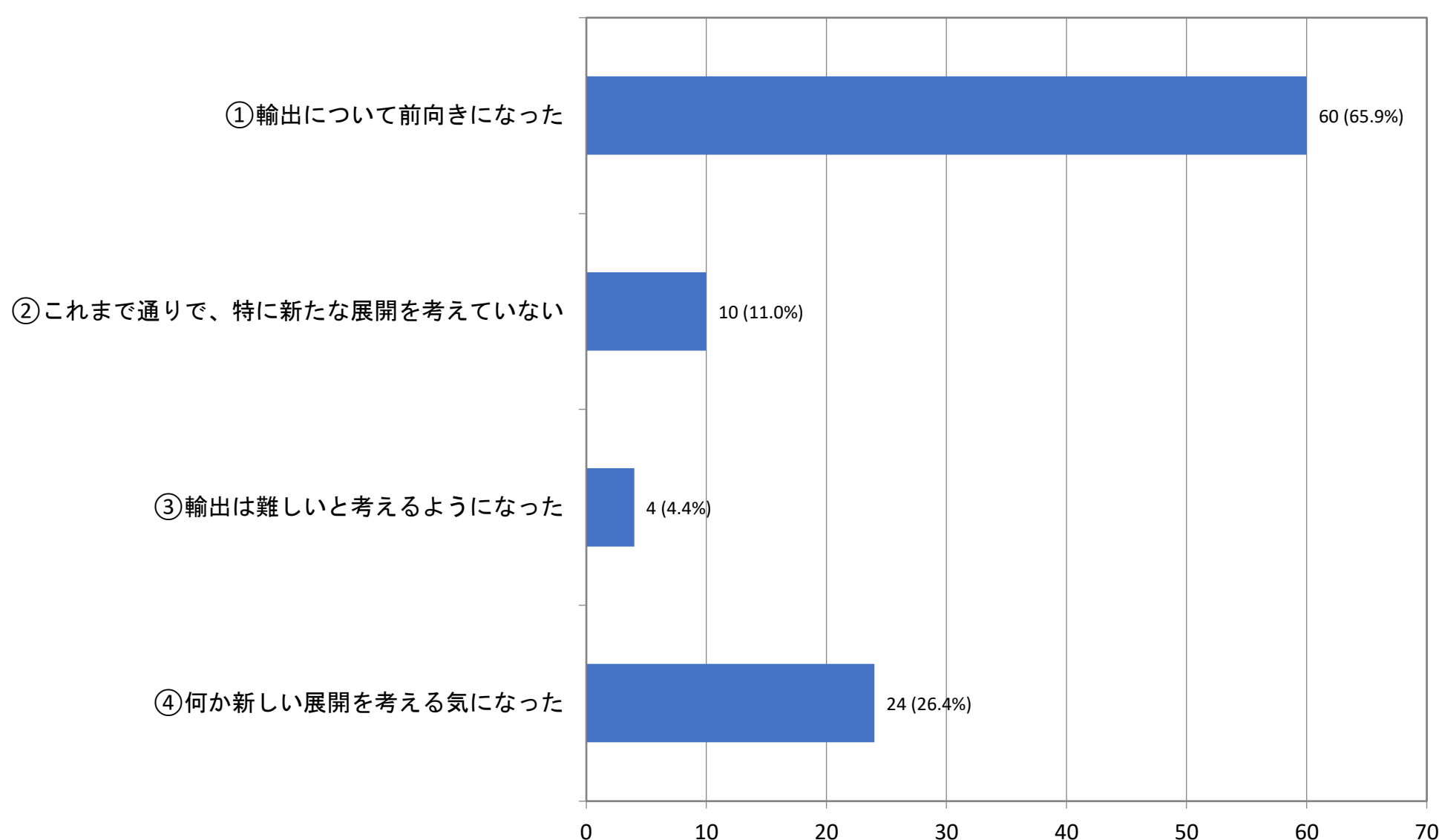
- ・国別に存在する各種規制の中でのマーケティング展開方法。
- ・特にプロモーション方法について、これまでの特長ある事例や今後の可能性についてお聞かせ頂けると有難い。
- ・いろいろな角度、視点から開催の頻度をあげていただけると助かる。
- ・バイヤーズコンソリデーションの実情。
- ・各国のラベルや輸入規制について。
- ・輸送コストを抑える方法があれば知りたい。

③その他（自治体・上記以外）

- ・やはり海外ディストリビューター・輸入社とのマッチングや流通業者の市場に関する最新情報などを聞きたい。
- ・海外への渡航状況（コロナ禍の規制の中、渡航事情、海外渡航の為に必要な事など）。
- ・インポーターの紹介制度などあるのか？勿論、現地に行って話をして信頼できる相手であることなどお互いに確認が必要になるが…（具体的にはフランス、シンガポールを希望）。

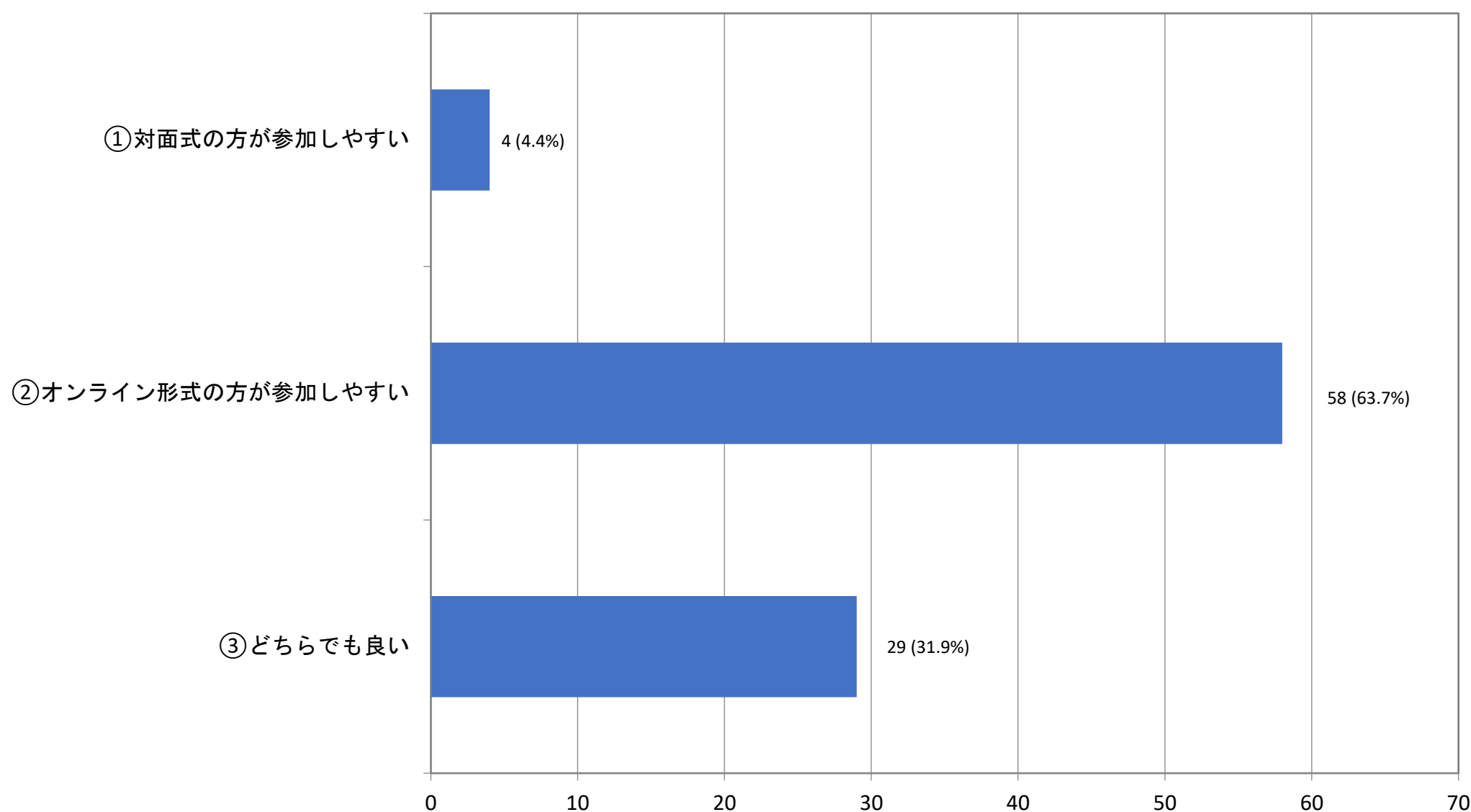
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



13. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・輸出商社とのマッチング。
- ・専門家支援。

②卸売事業者

- ・現地飲食店やホテル関係者の話やマッチング機会。
- ・現地での販促企画に積極的なメーカー限定の商談会。
- ・プロモーションツールについての情報提供サービス（現地で活用出来るアプリ等）。
- ・ユネスコ無形文化遺産への伝統的酒造りの登録に関する進捗情報。
- ・商社同士のマッチング。
- ・海外市場での嗜好性は国別に違うと思うので、各々の国での特徴が分かれば参考になる。

③その他（自治体・上記以外）

- ・事務局からの発信事項は都度オンラインセミナーの場を活用してよいと思う。
- ・海外における商談会。

14. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

①酒類製造者・酒造組合

・大変参考になるセミナーだった。事前に資料もダウンロードさせていただいたのでそちらを参照したが、Zoomの画面共有の画質が向上すると細かい文字まで読めてより内容が分かりやすくなると感じた。

- ・コロナ禍前の話は、大きく世の中が変わった今では魅力が無いのでコロナ禍後の話が聞きたい。
- ・大変参考になった。

②卸売事業者

- ・可能な限り参加させていただきたい。
- ・今後もセミナーには参加させていただきたい。

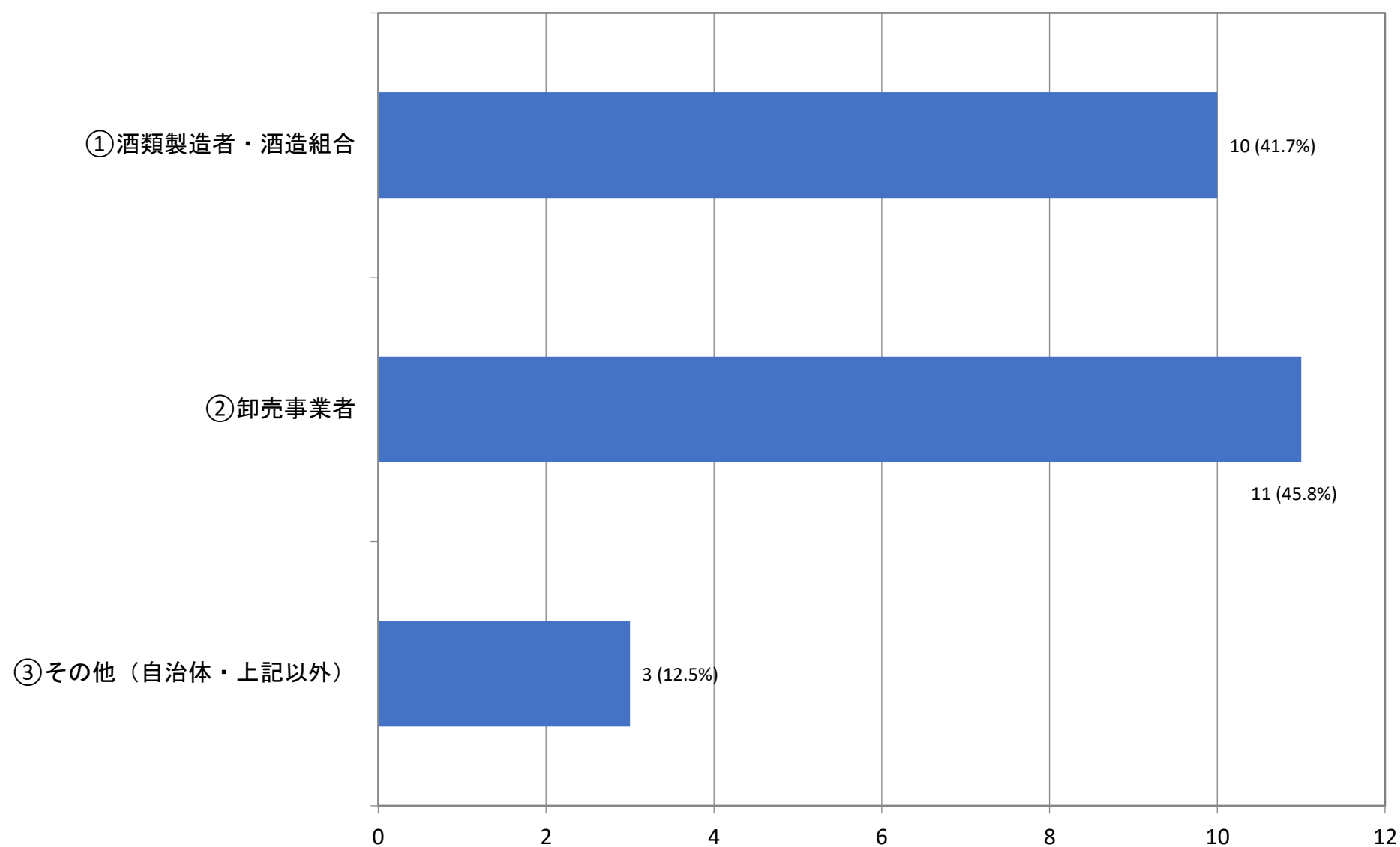
③その他（自治体・上記以外）

- ・酒類概論でなく純米酒、純米大吟醸酒などの掘り下げた情報をお願いしたい。
- ・輸出入免許の手続き、制度・規制などを分かりやすく教えてほしい。

▼2022年7月15日（金） セミナー

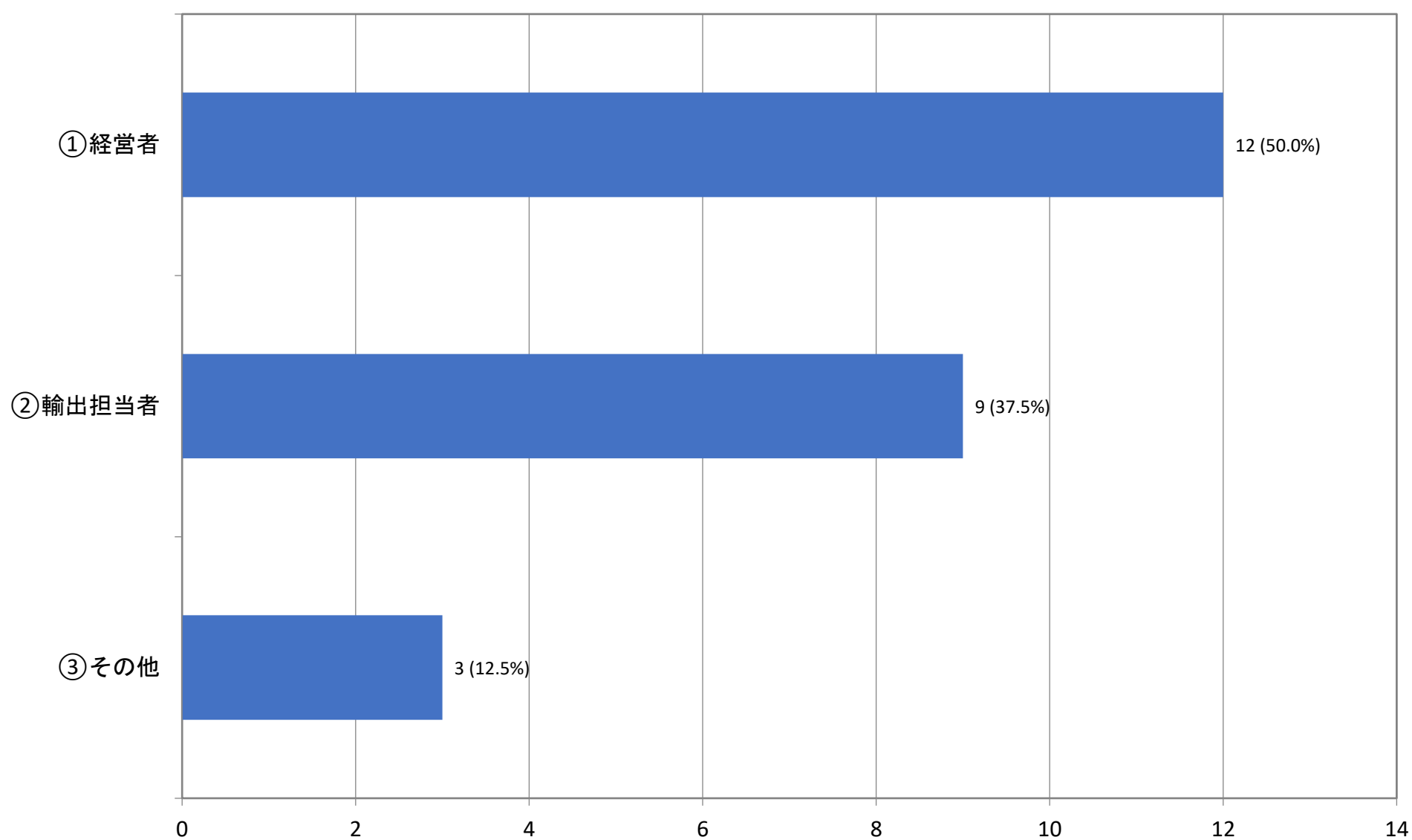
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



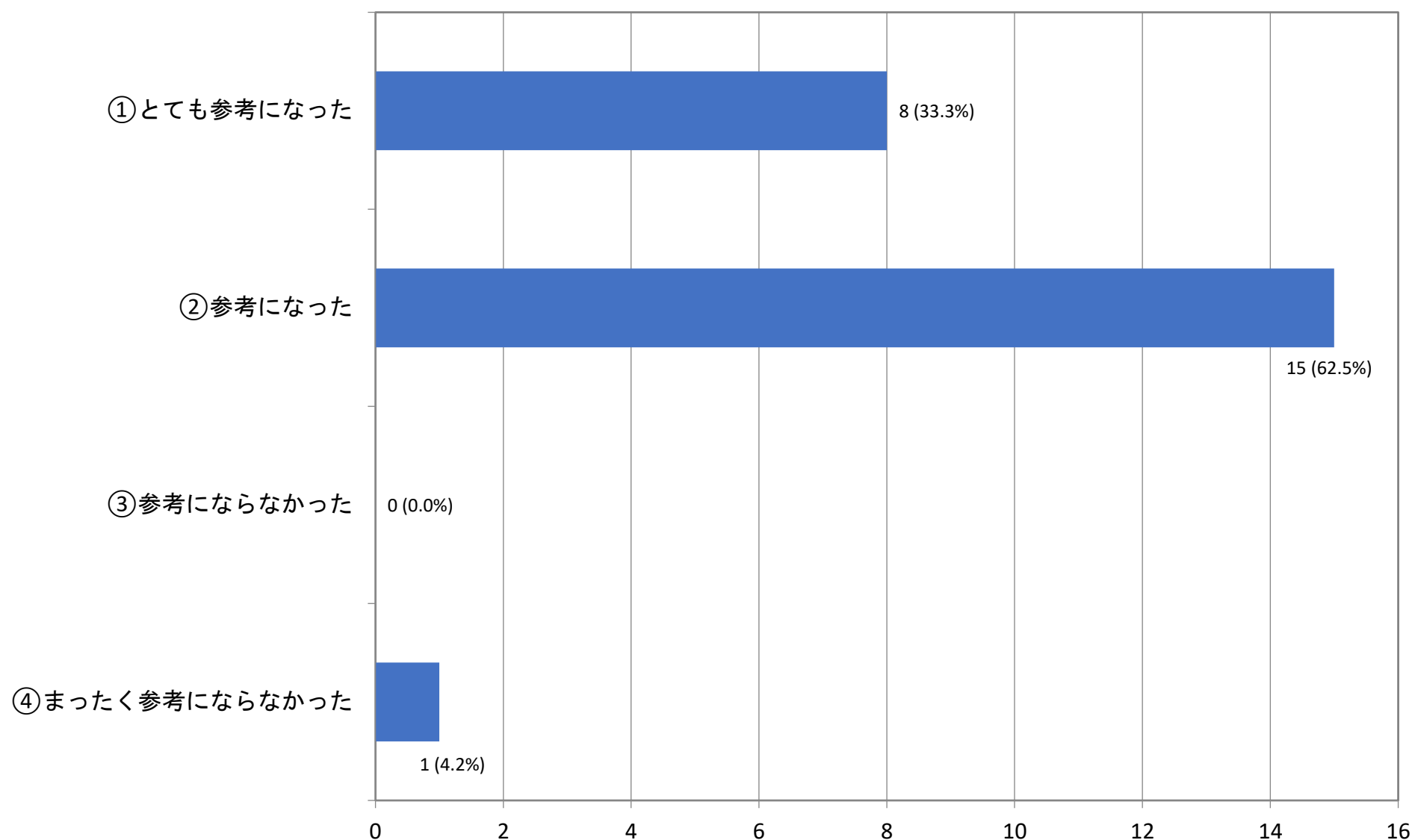
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 清松直之 ①世界の食産業のトレンドとその中における日本産酒類の展望
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・動向がよく分かった。

②卸売事業者

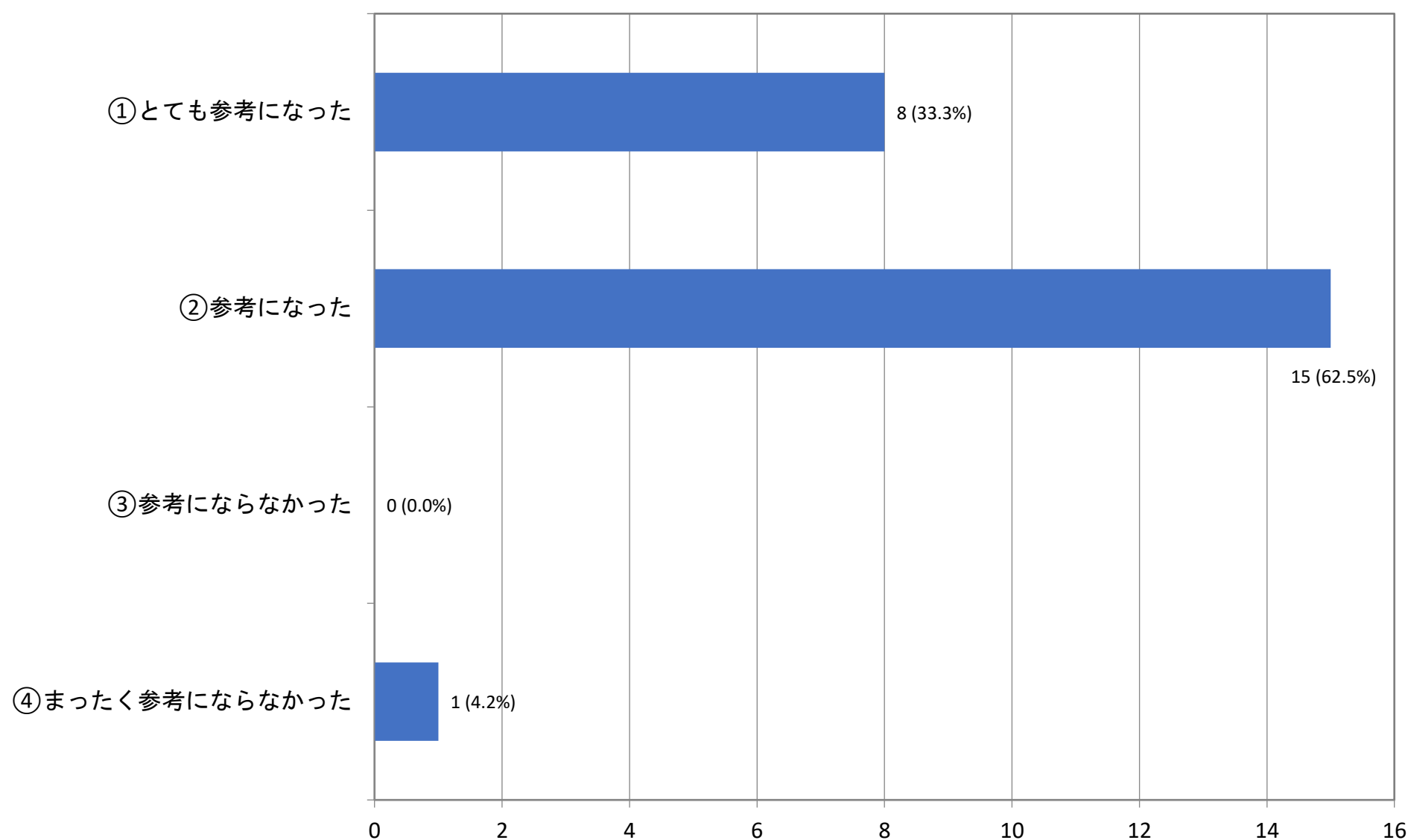
- ・新たな観点からの内容でとても参考になった。
- ・ネットなどで拾える情報よりも、現場に近い視点からの市場の傾向を聞くことができた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・焼酎の産地として、輸出に関し話題になるトピックもあり、また質問にも答えていただけたためありがたかった。

5. 清松直之 ②輸出に関する規制・環境課題についての動向
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. Q5で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・中国等の貿易相手国には、日本国内の各県毎に取引制限を設ける規定が存在していた点が参考になった。
- ・初めて聞く単語が多かったが、概要が分かった。

②卸売事業者

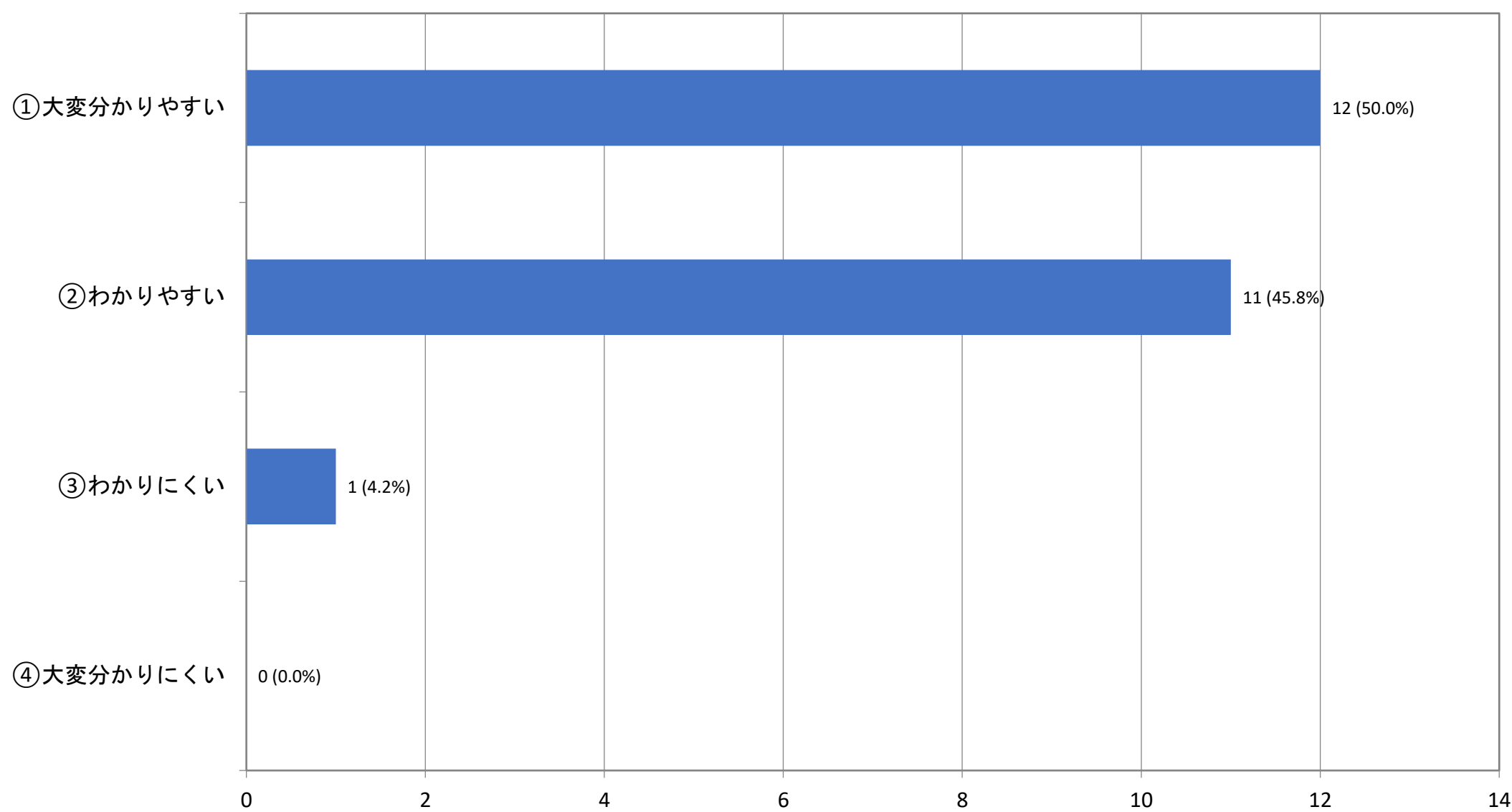
- ・事例を含めてとても参考になった。
- ・各国の規制は調べにくい上に説明が分かりにくい文章が多いので、分かり易く説明いただいた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・網羅的で復習できる内容であった。

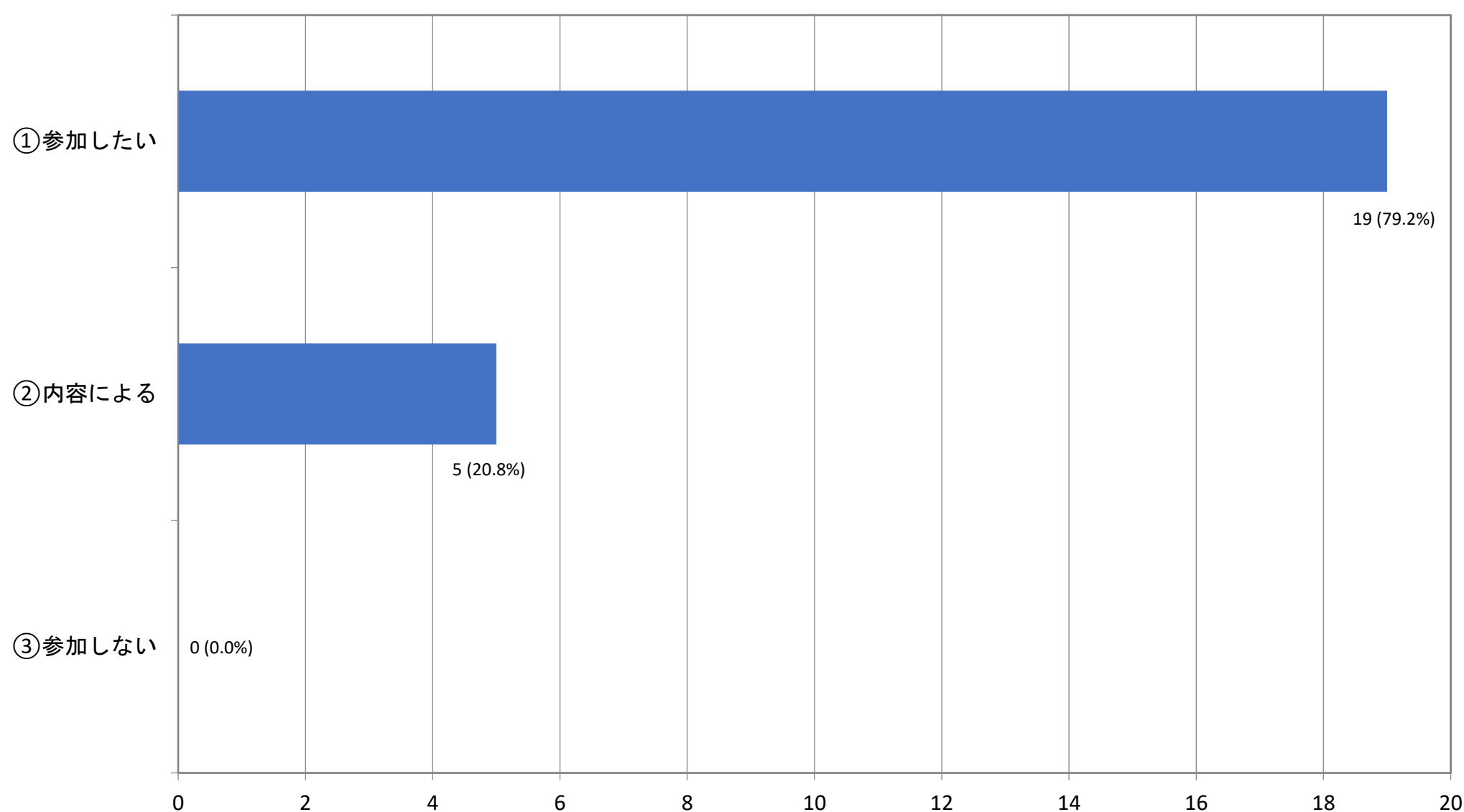
7. 清松 直之の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



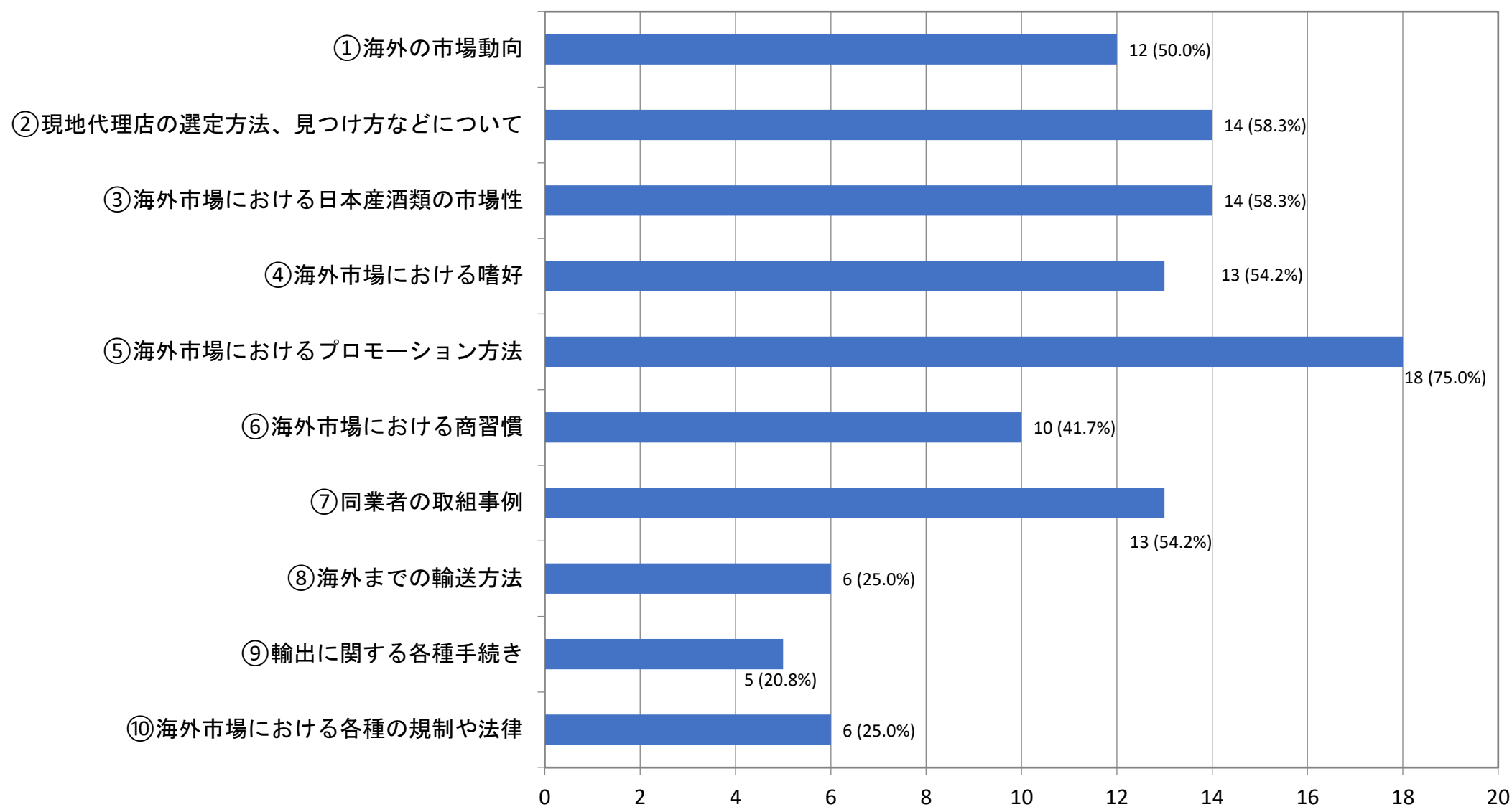
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



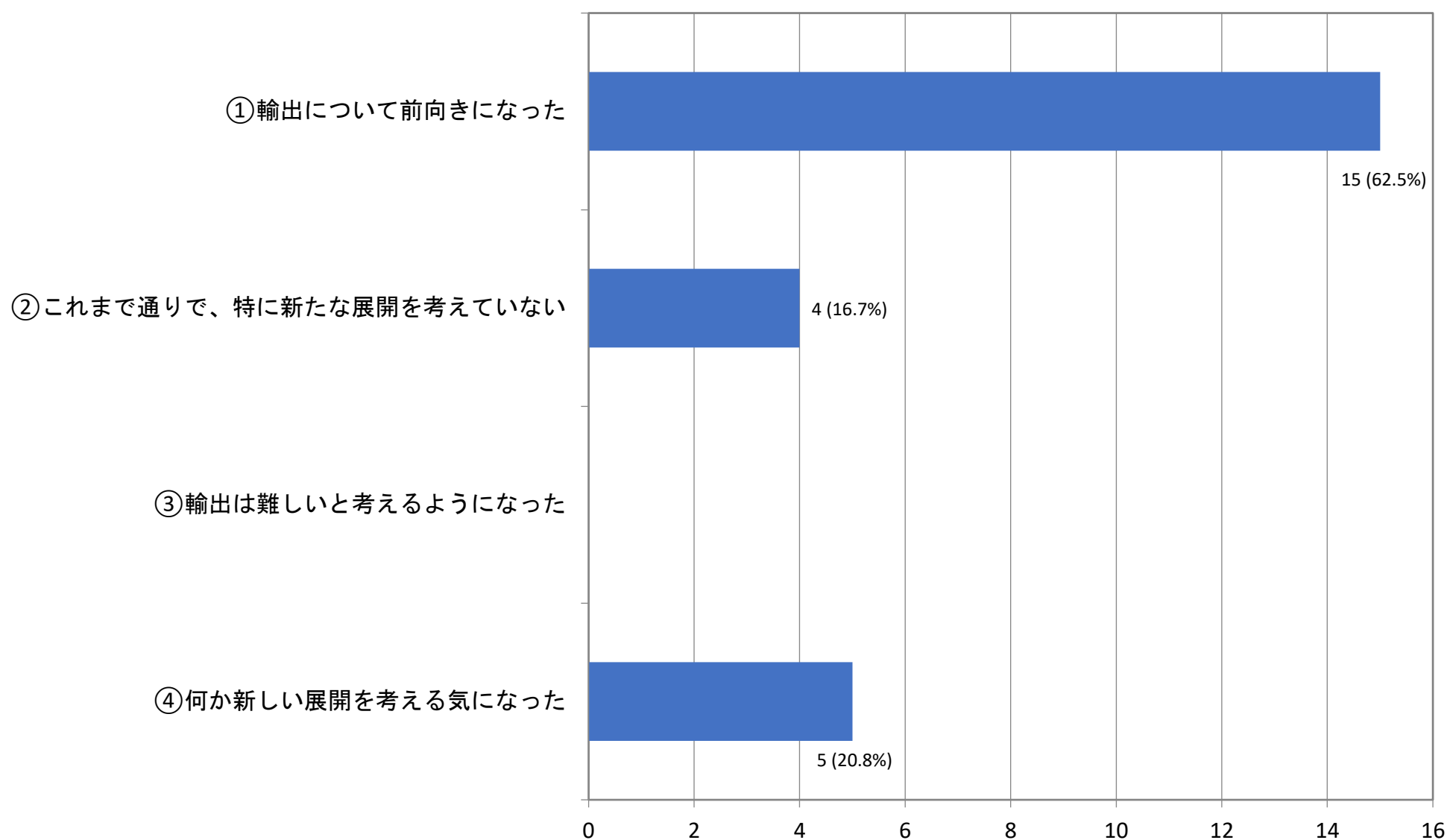
10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

②卸売事業者

- ・ 輸送費が非常に高いので、少しでも安く輸出する方法があれば知りたい。

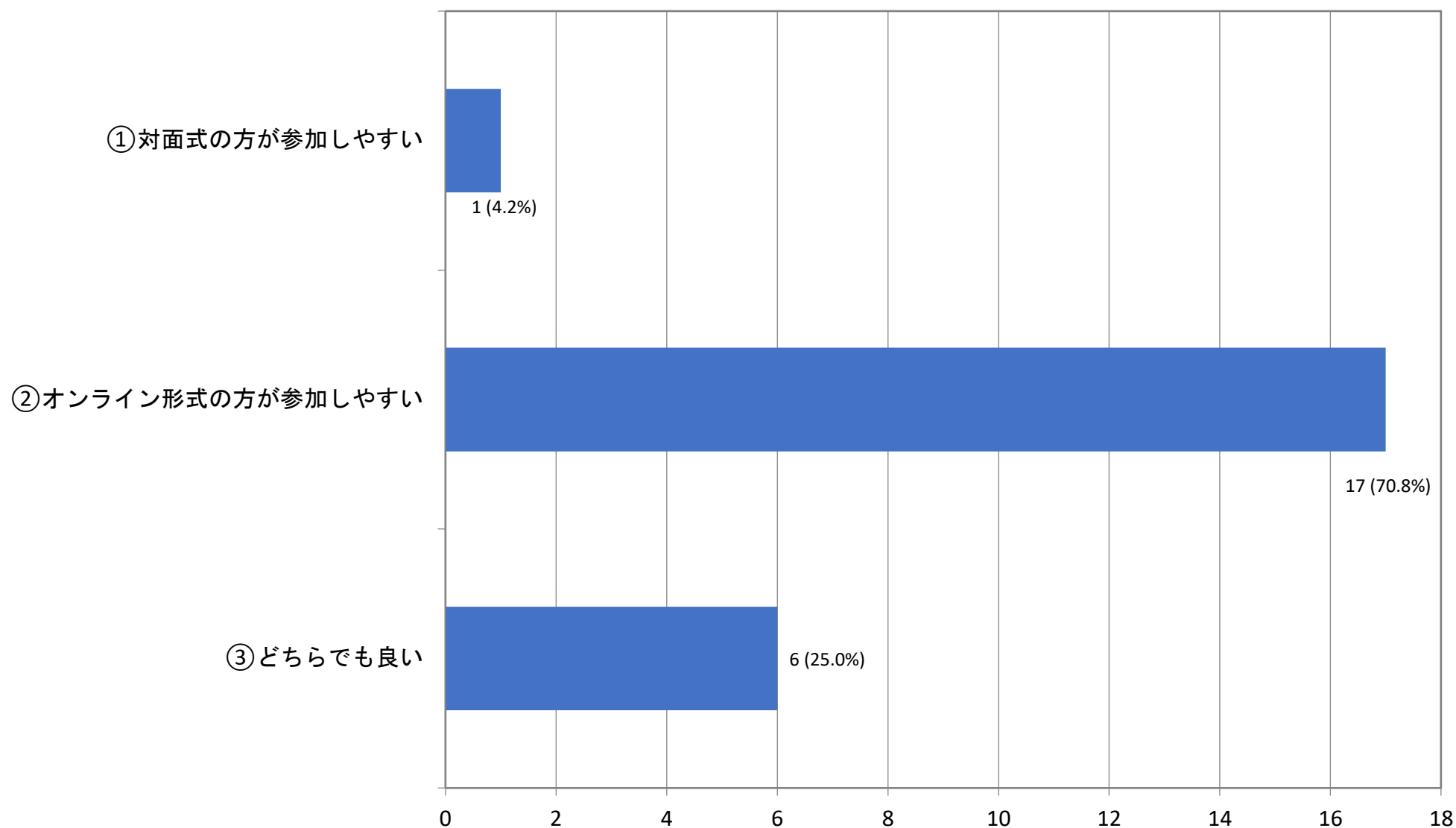
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



13. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

14. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・講師の声が小さく聞きにくかった。
- ・もう少し大きい音でやっていただけると助かる。スピーカーを最大にしたが、聞き取りづらかった。

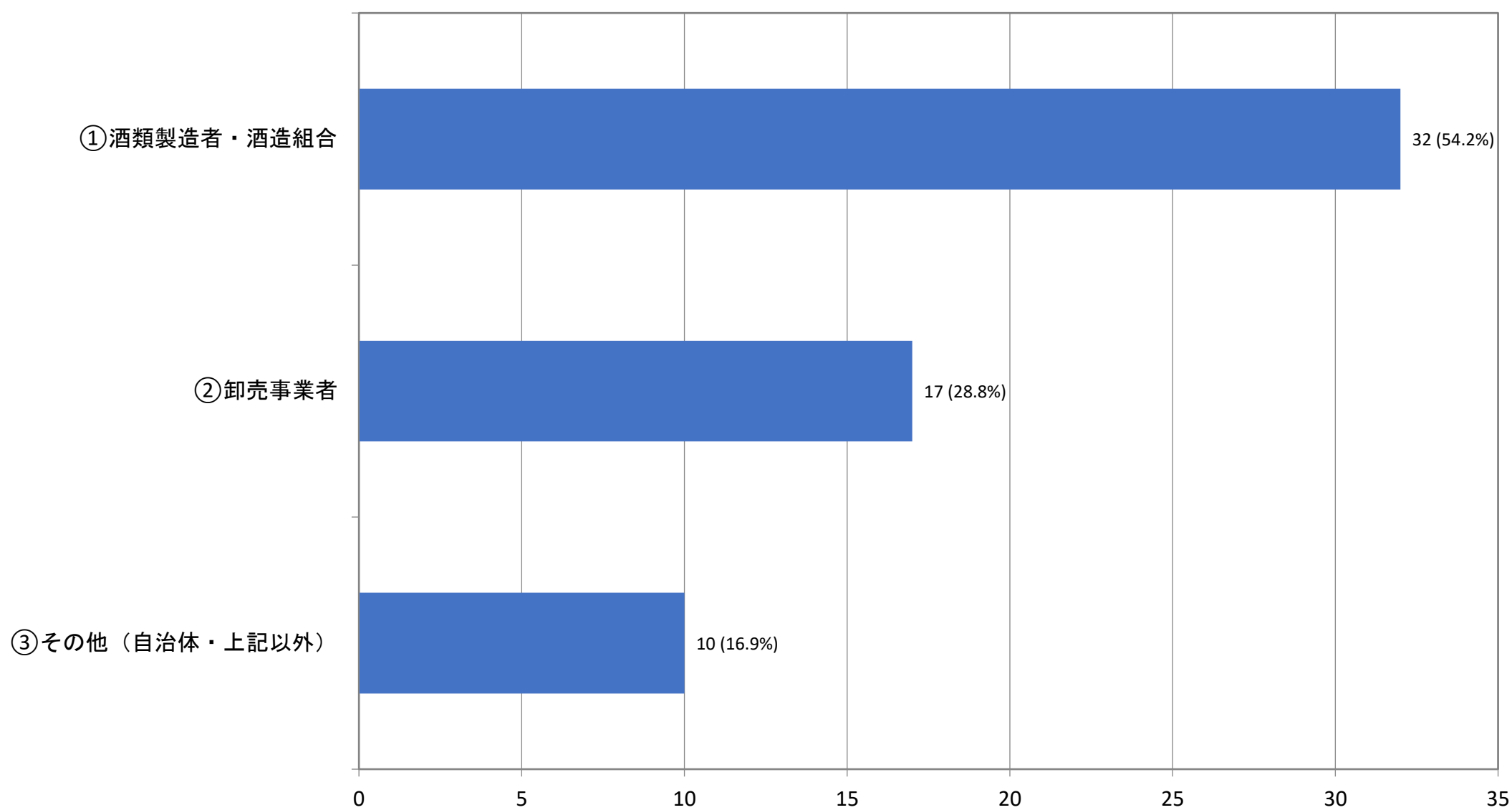
②卸売事業者

- ・音声が小さく、聞き取れない箇所が数ヶ所あった。
- ・音声が小さく、PCの音量を最大にして聞いていたが、それでも小さかった。

▼2022年7月21日（木） セミナー

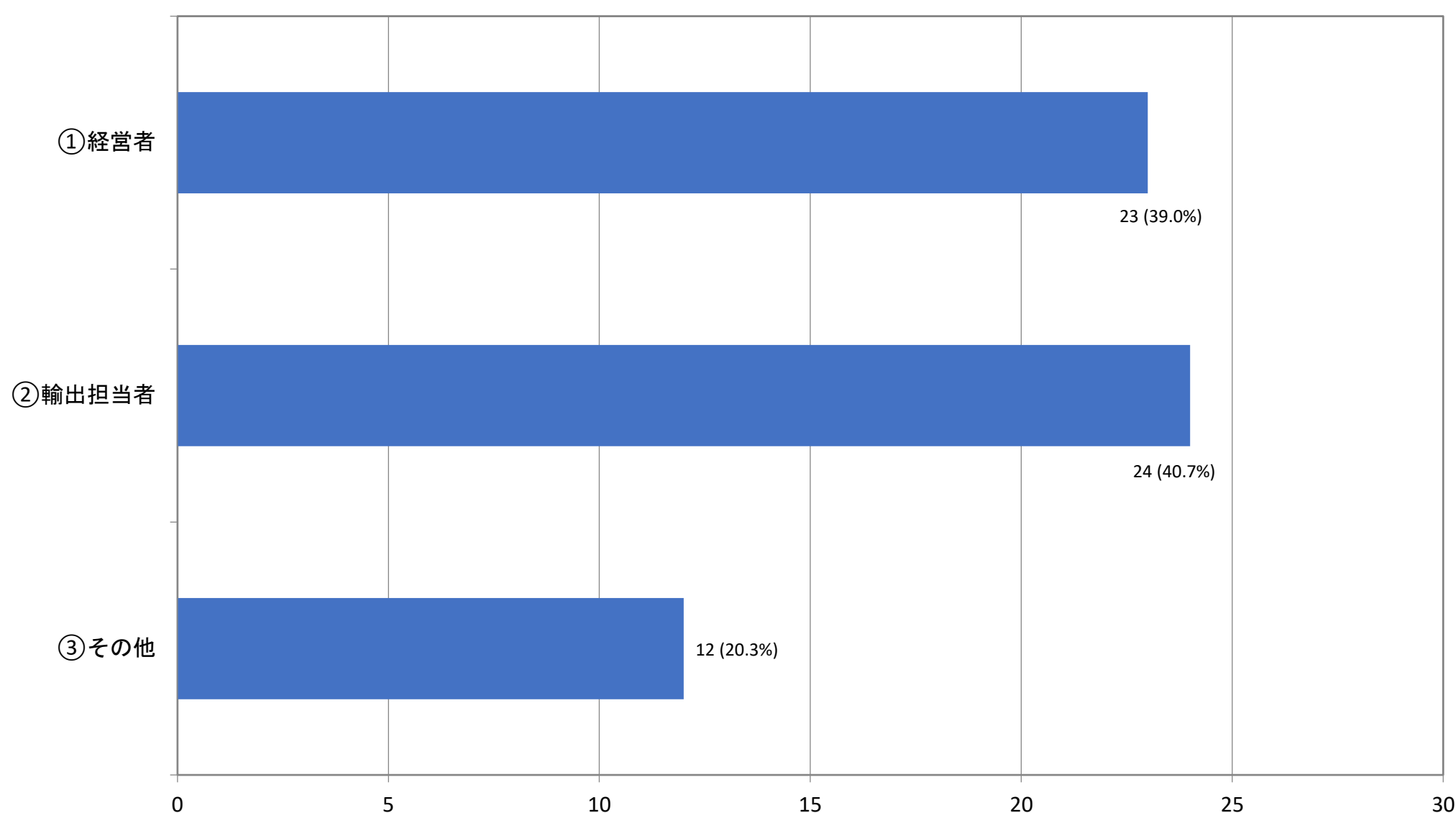
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



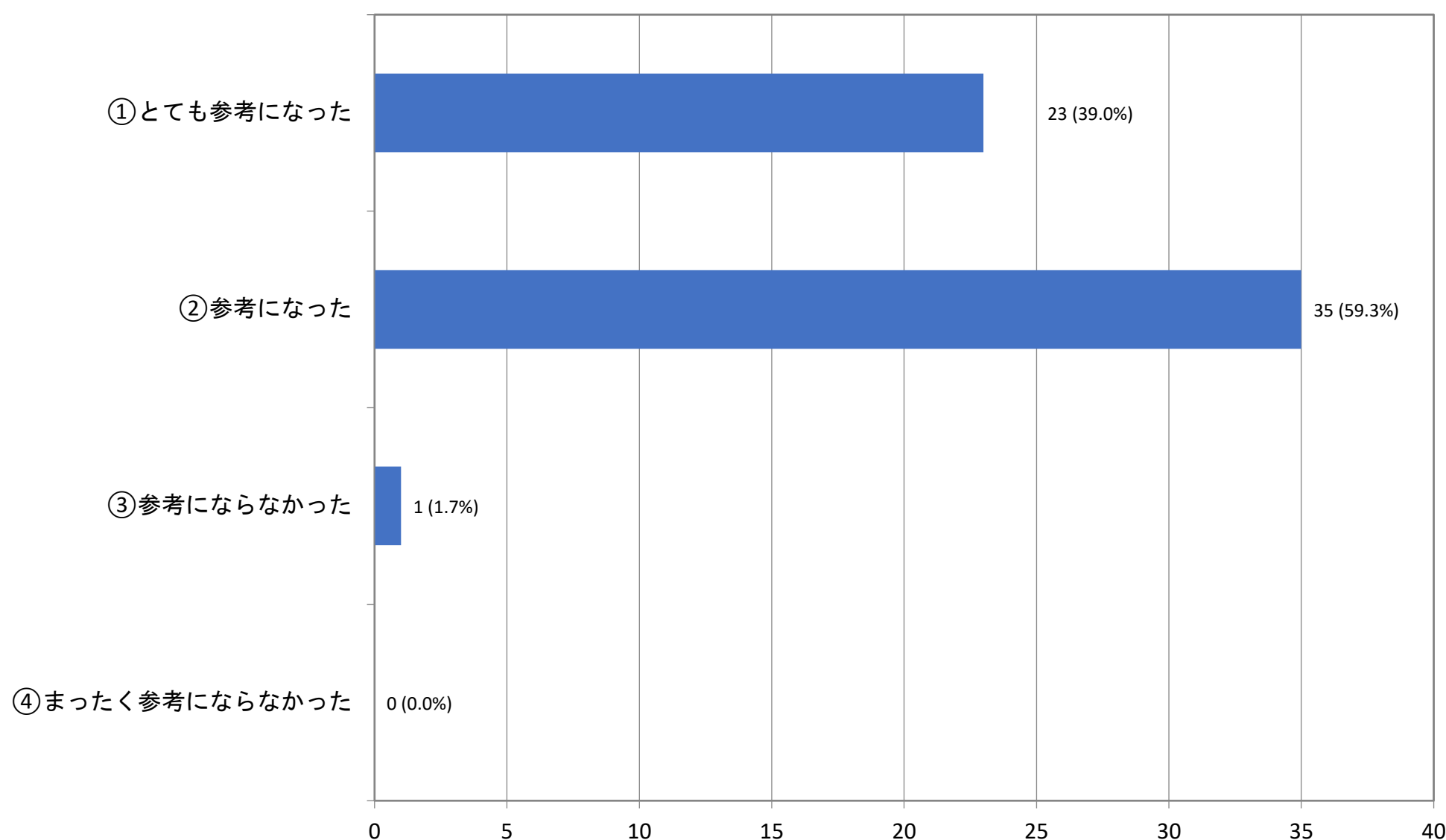
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 中田直尚 「日本産酒類の米国市場動向」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

- ・日本酒に関する話題が少なかった。
- ・現地における同行販売ではなく、既存店でのファン啓蒙活動による販路拡大の成功例が参考になった。
- ・アメリカでの日本酒需要の現状が分かり易く説明されていた。ただ、今後どういうターゲットに向けてどのような日本酒を売れば良いのか具体的に一步踏み込んだ説明が聞きたかった。
- ・コロナからの米国の回復する状況が理解できた。またウイスキーが甘味を付けたものやハイボールなどこれまでとは違う飲み方により商品の売上が拡大している事もわかった。
- 日本食では近年ミシュランの星があるレストランが増加しており、そこからのSNSでの発信力も今後の日本食の拡大に影響を与えるのだろうと思った。
- ・サントリーさんの営業展開の話が聞いて参考になった。ワンプレートで食を楽しむ文化から大皿を小皿に移して食べる文化がはやったという事は面白かった。
- ・他社成功事例が今後の方針設計に役立つと感じた。
- ・瀬祭の手法、アメリカでの今後の動向が参考になった。
- ・成功事例など具体的な企業名を出しながら説明いただき参考になった。
- ・現地ならではの情報が多く参考になった。
- ・アメリカ人の大まかな嗜好が良く分かった。

② 卸売事業者

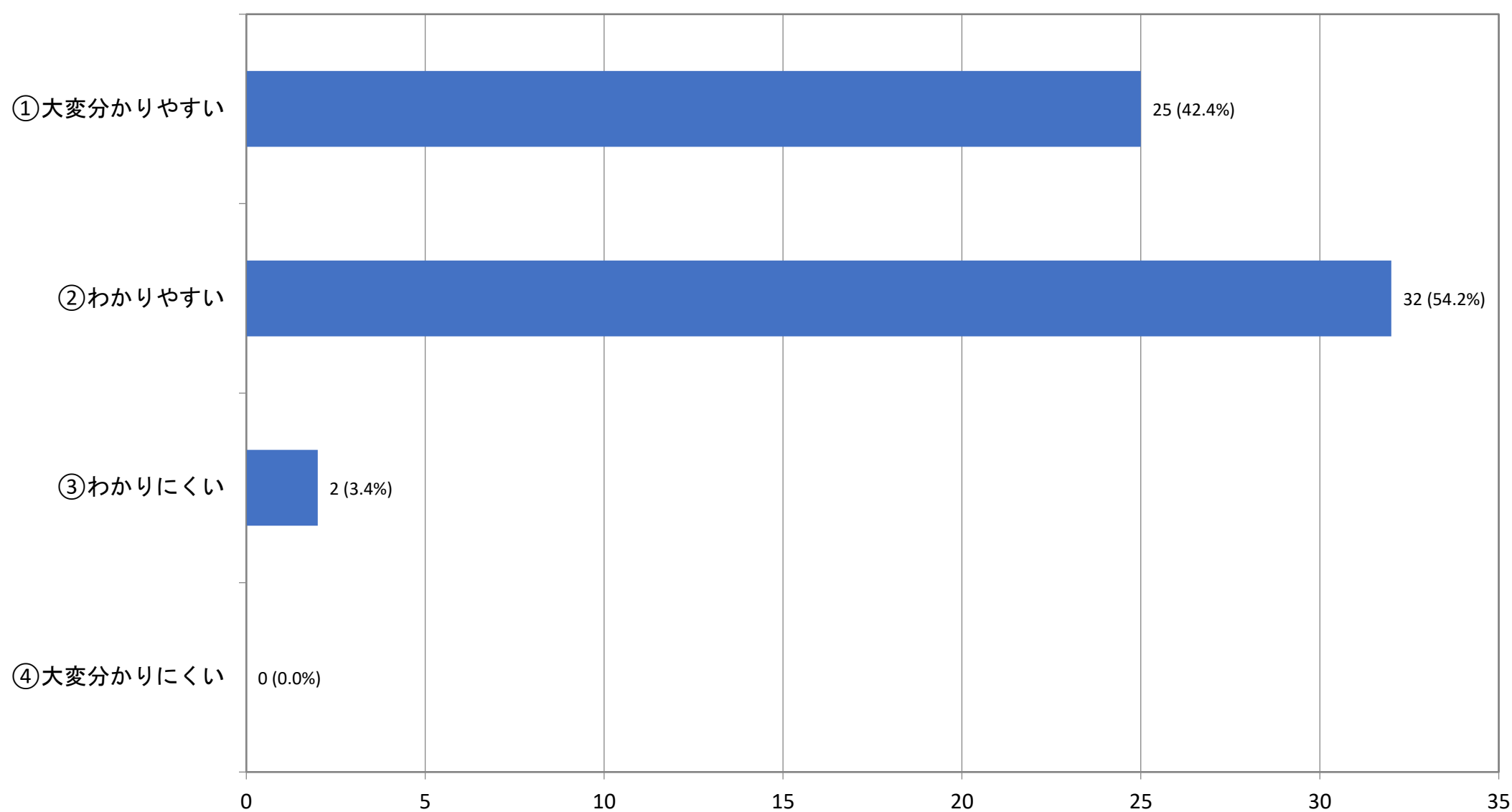
- ・販売戦略やトレンドがわかった。
- ・日本産ウイスキーのトレンド情報が聞いたことがよかった。
- ・瀬祭さんの試飲会によるマーケティングが参考になった。
- ・統計情報などわかりやすかった。現地生情報も助かった。

③ その他（自治体・上記以外）

- ・ウイスキーの成功事例、日本酒の成功事例が参考になった。
- ・現地の方の視点が参考になった。
- ・アメリカのアルコール市場について、全体の背景や動向など参考になった。
- ・具体的な現状の課題と解決法について聞かせて頂きたかった。

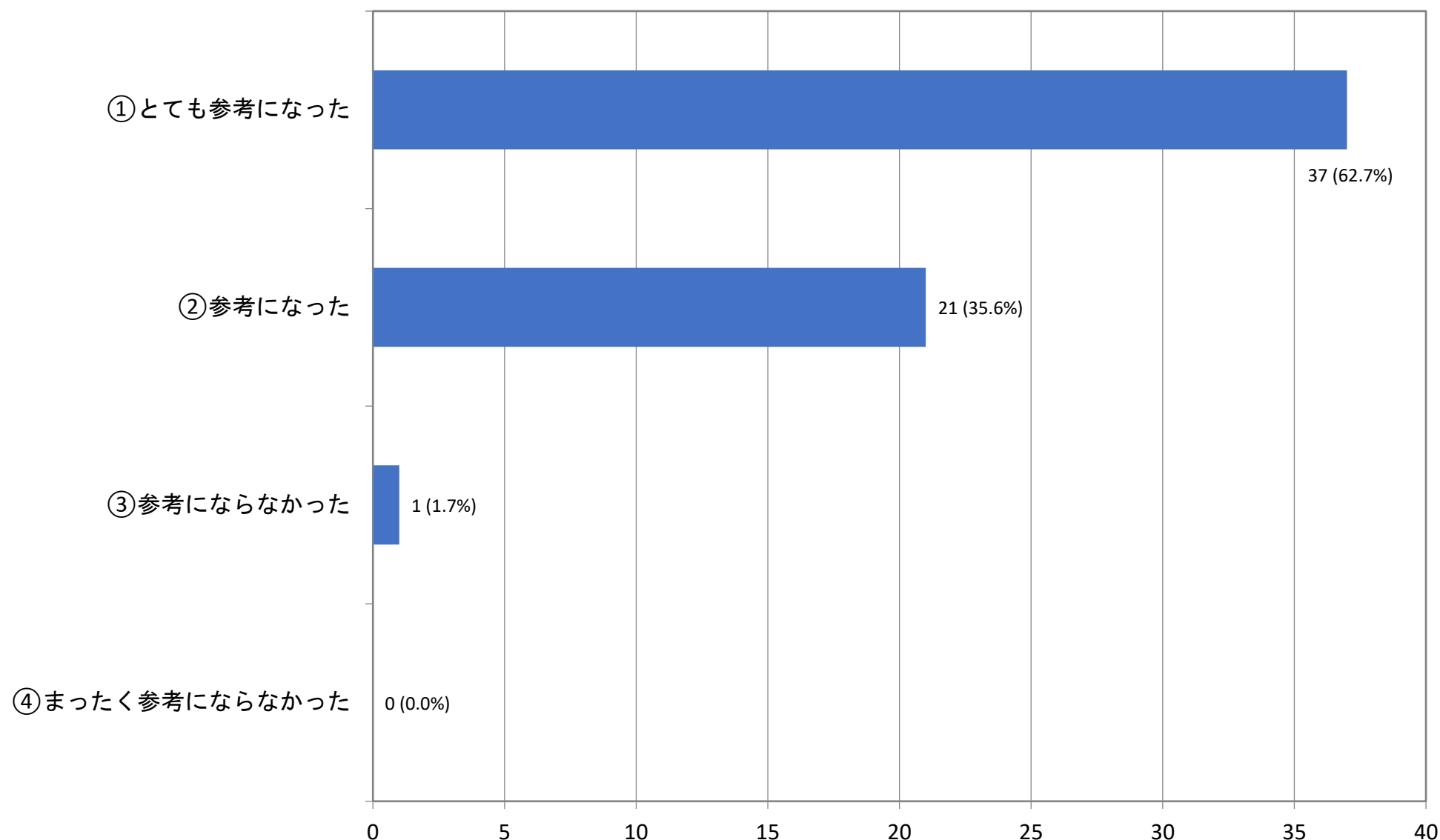
5. 中田直尚 の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. 伊藤元気 「米国への輸出・販路開拓」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・アメリカでの日本酒の商流、物流が良く分かった。
- ・受講者によってご意見は大きく分かれる内容だった。弊社にとっては殆どの内容は把握していた。
- ・アメリカは州により輸入業者がディストリビューターを兼ねることがあることなど、初めて知ることが出来、大変有意義だった。
- ・日本酒を輸出するには、どのような形で販売をしていくか、価格、チャネル、ターゲットをイメージした上でディストリビューターを選択していく必要がある事がよくわかった。
- ・基本的な話であった。どのような商品売っていくかでインポーターを選ぶ必要があると思った。
- ・まずは相手（市場）を知り、己（ポジショニング）を知ることが心がけるべきだと改めて認識した。
- ・MKT手法が参考になった。
- ・アメリカのインポーターやディストリビューターなどの具体的な企業名をあげていただきながら各企業の長所や短所など説明いただけただけよかった。
- ・実際的で分かりやすかった。
- ・現在米国に販路があるが、輸出のシステムなどわかっていない部分があったため非常に勉強になった。
- ・一番聞きたい物流のセミナーだったが分かりにくかった。
- ・各業種によって重視しているポイントが良く分かった。

② 卸売事業者

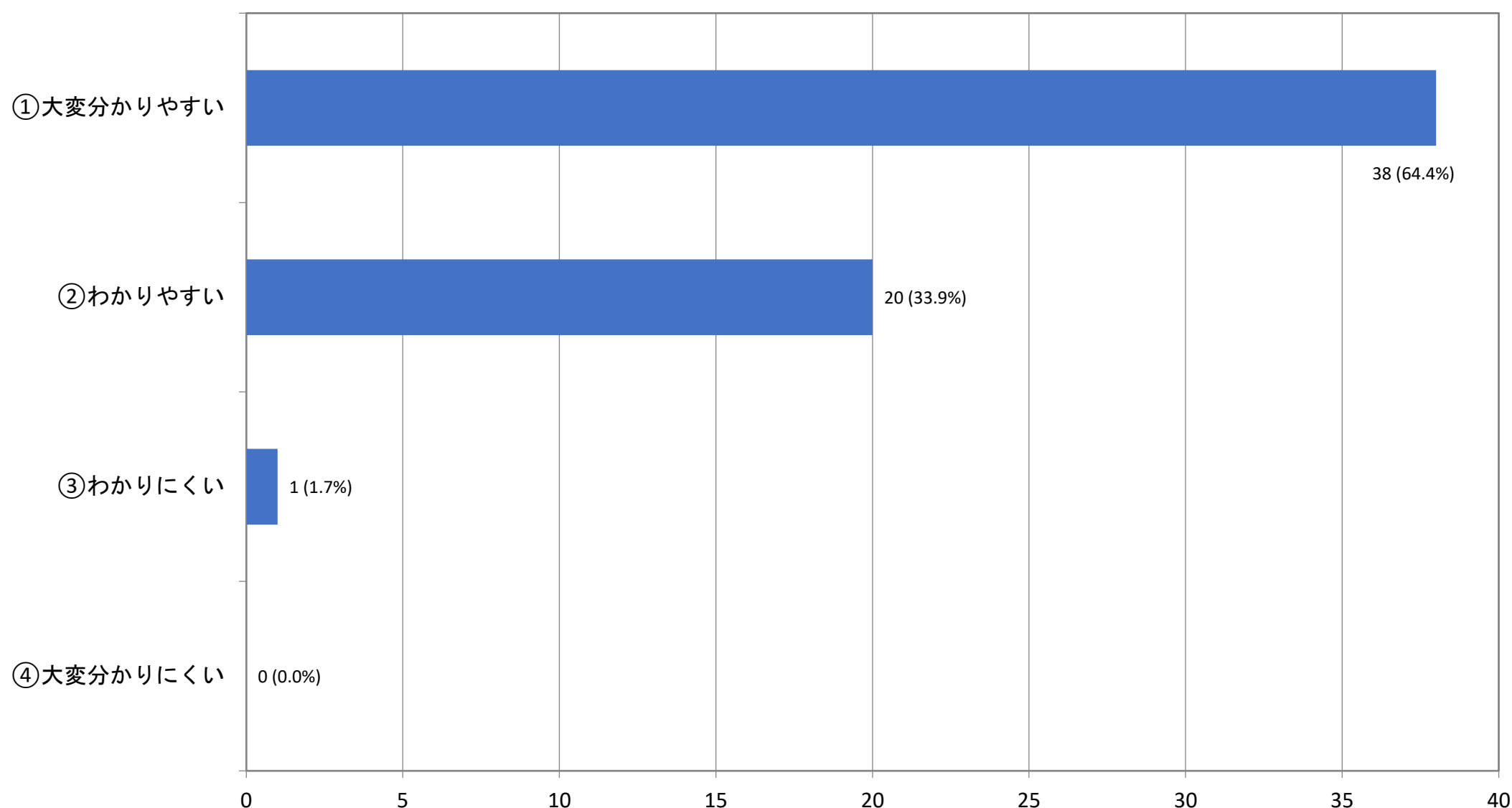
- ・アメリカ市場特有の仕組みが理解できた。
- ・インポーターのジャンル分け、それぞれの強み弱みを知れた。州毎の問屋情報なども知りたかった。
- ・FDAの承認等、輸入に関する規制や手続き、流通のしくみがわかりやすかった。
- ・流通面などまだ課題があることがわかった。

③ その他（自治体・上記以外）

- ・トピックがまとまっていて、簡潔かつ要点がしっかりとおさえられておりとても良かった。
- ・アメリカでECを実際に行っている方の話は説得力があった。
- ・現地流通やマーケティング手法など、大変参考になった。
- ・非日系インポーターやディストリビューターの情報（活動）について、もう少し具体的な説明が欲しかった。

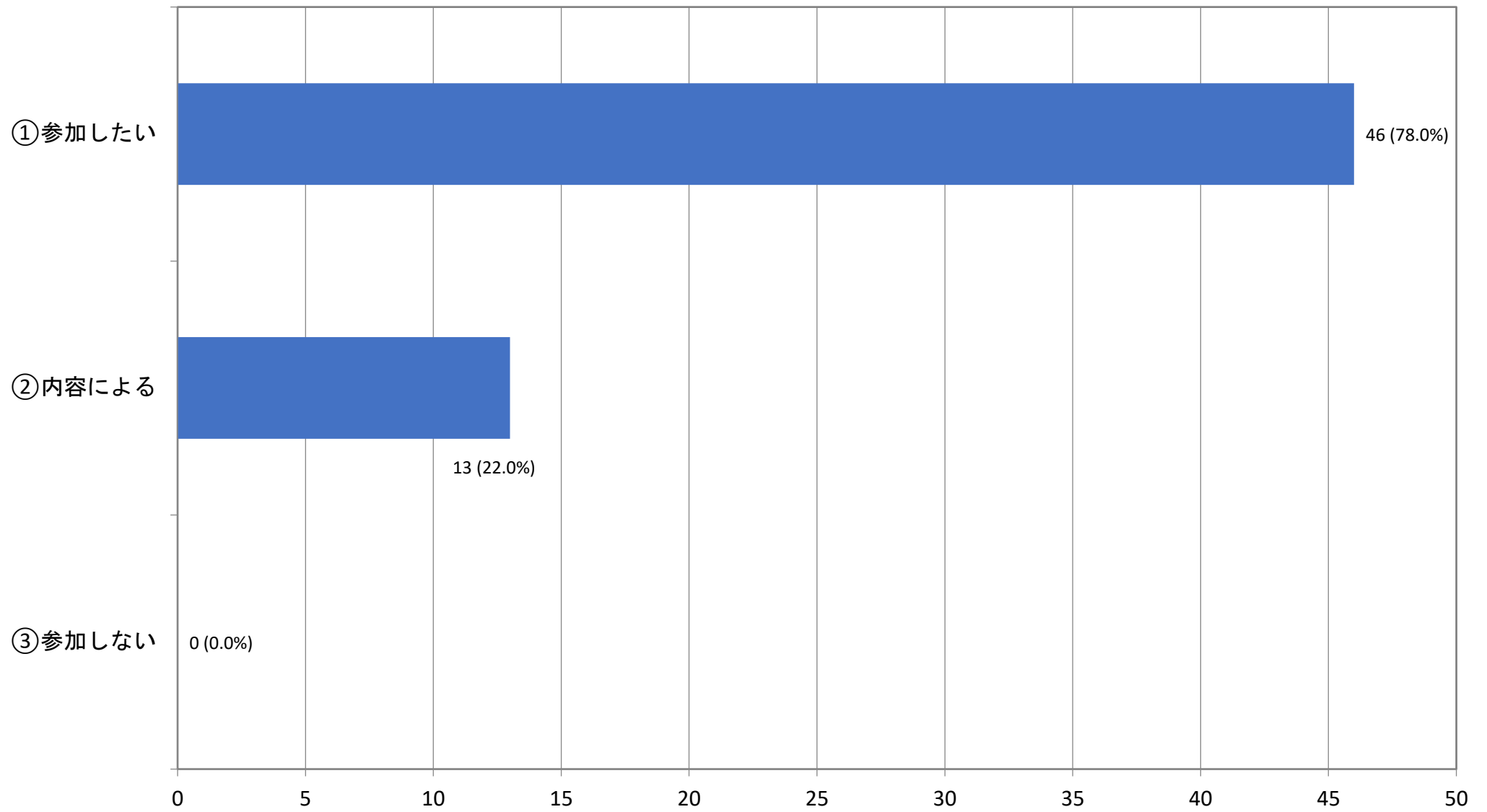
8. 伊藤元気 の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



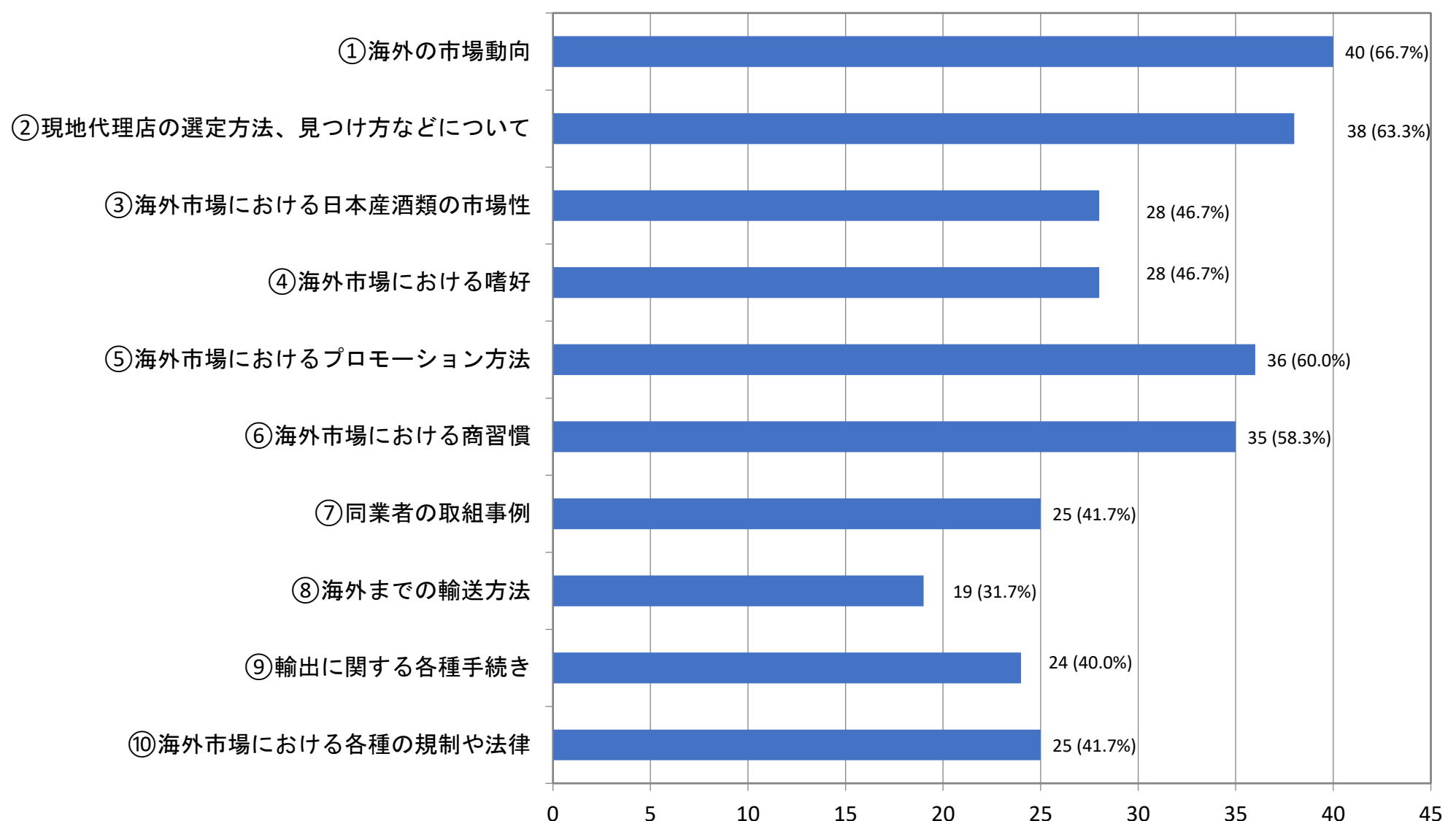
9. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



10. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



11. Q10に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・（Q10の選択テーマである）④海外市場における嗜好は、特にASEAN、EUについて知りたい。
- ・日本酒の成分分析は義務付けられているのか、その他の規制法律などの概略も知りたい。
- ・現地で米国であればウイスキーがどのように飲まれているかなど、現地でよく飲まれている酒類はどのように飲まれているかなどの習慣を知りたい。

②卸売事業者

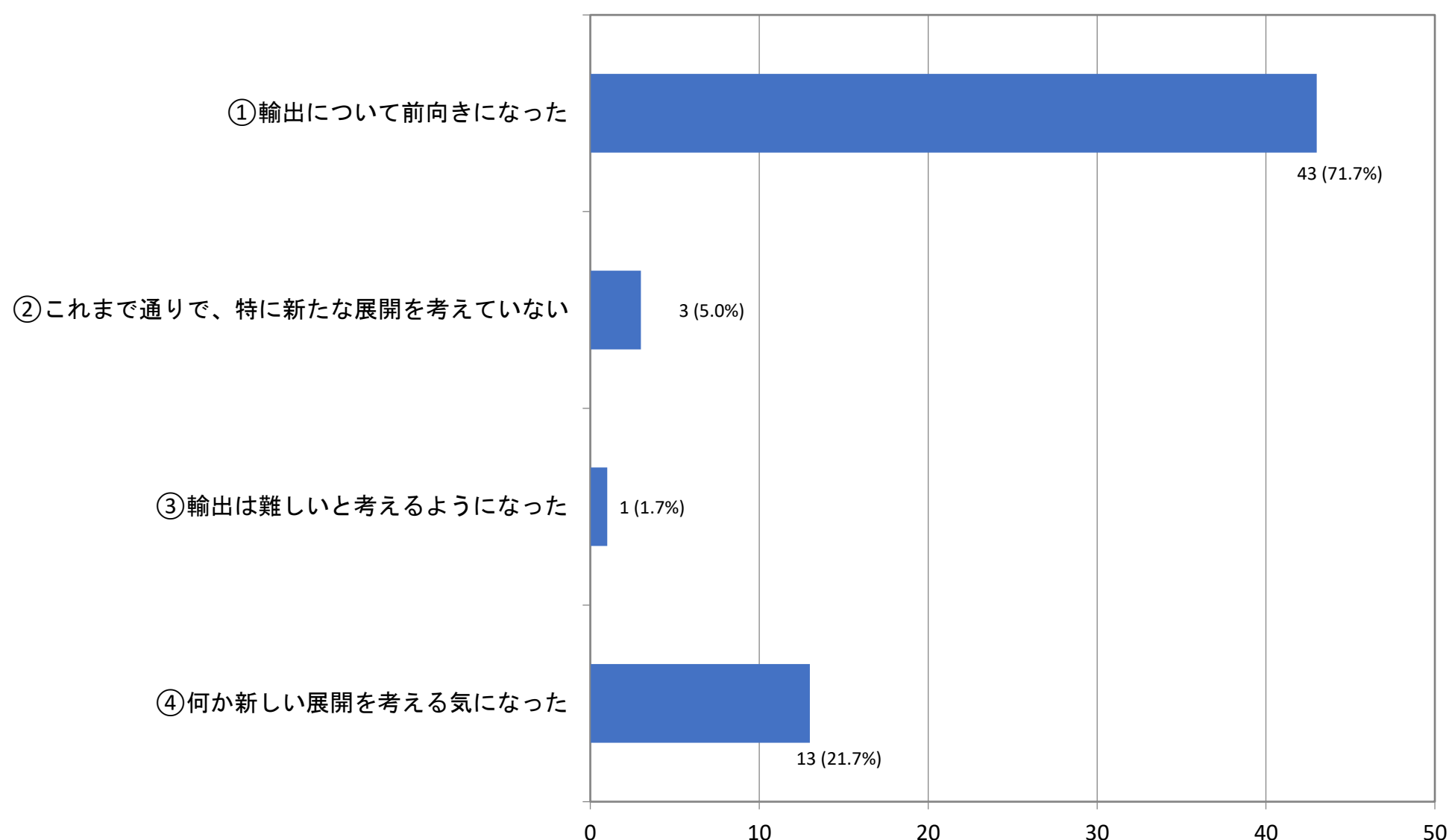
- ・日本から見たインドへの酒類輸出の注意点、インドから見た日本からの酒類輸入の注意点を詳しく知りたい。

③その他（自治体・上記以外）

- ・例えば北米市場向けに、（本格焼酎の）専用ボトルを開発するとしたら、そのボトルデザイン、ラベルデザインはどのようなものが望ましいか、容量は750か720かどちらが良いか、価格帯は、などをレクチャー頂きたい。他の蔵（できれば本格焼酎）の事例紹介など。あとは本格焼酎のブランディング戦略に関する情報。

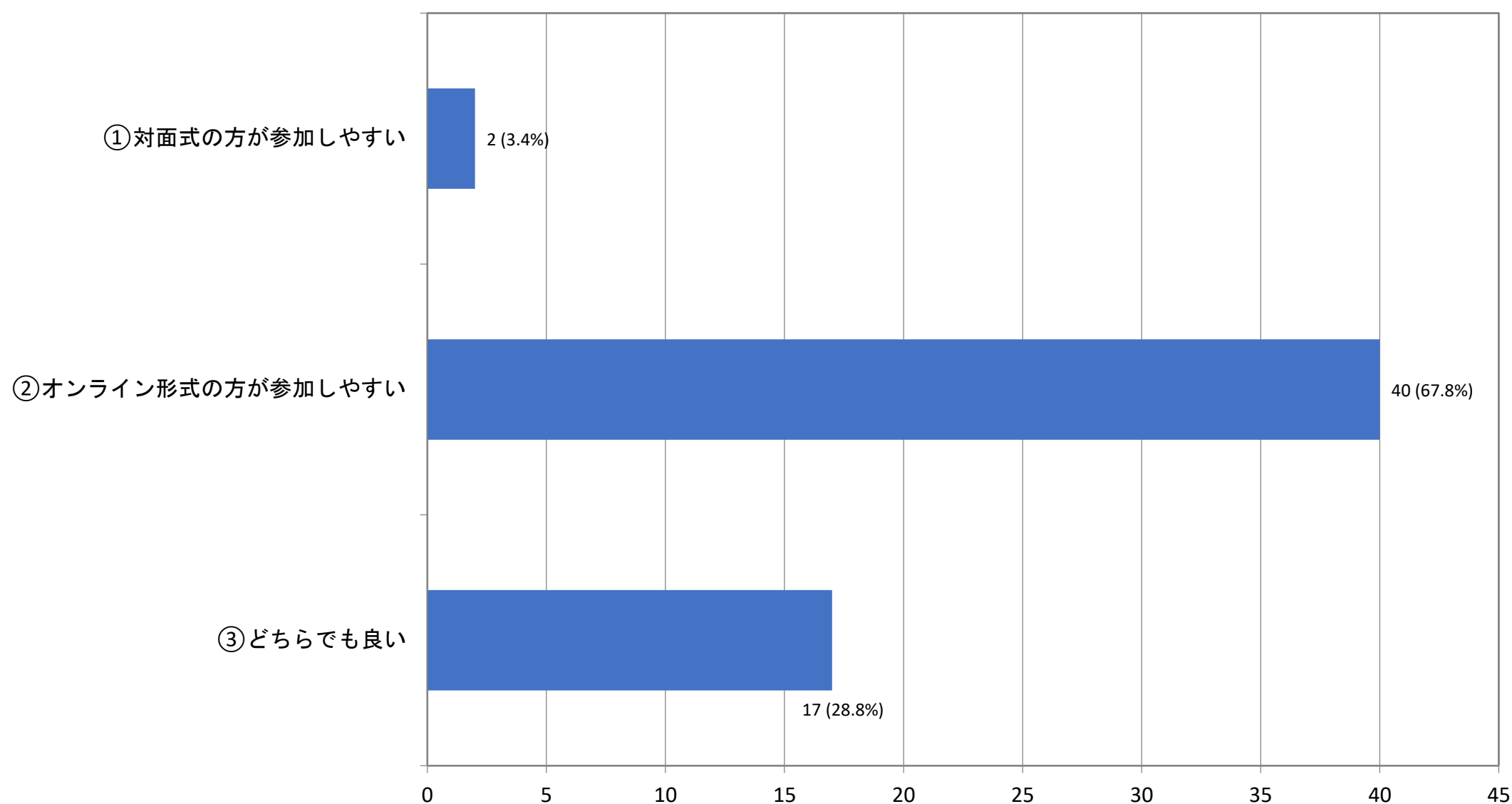
12. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



13. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



14. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

- ①酒類製造者・酒造組合
- ・オンラインでの海外商談会。
 - ・他蔵との交流会。

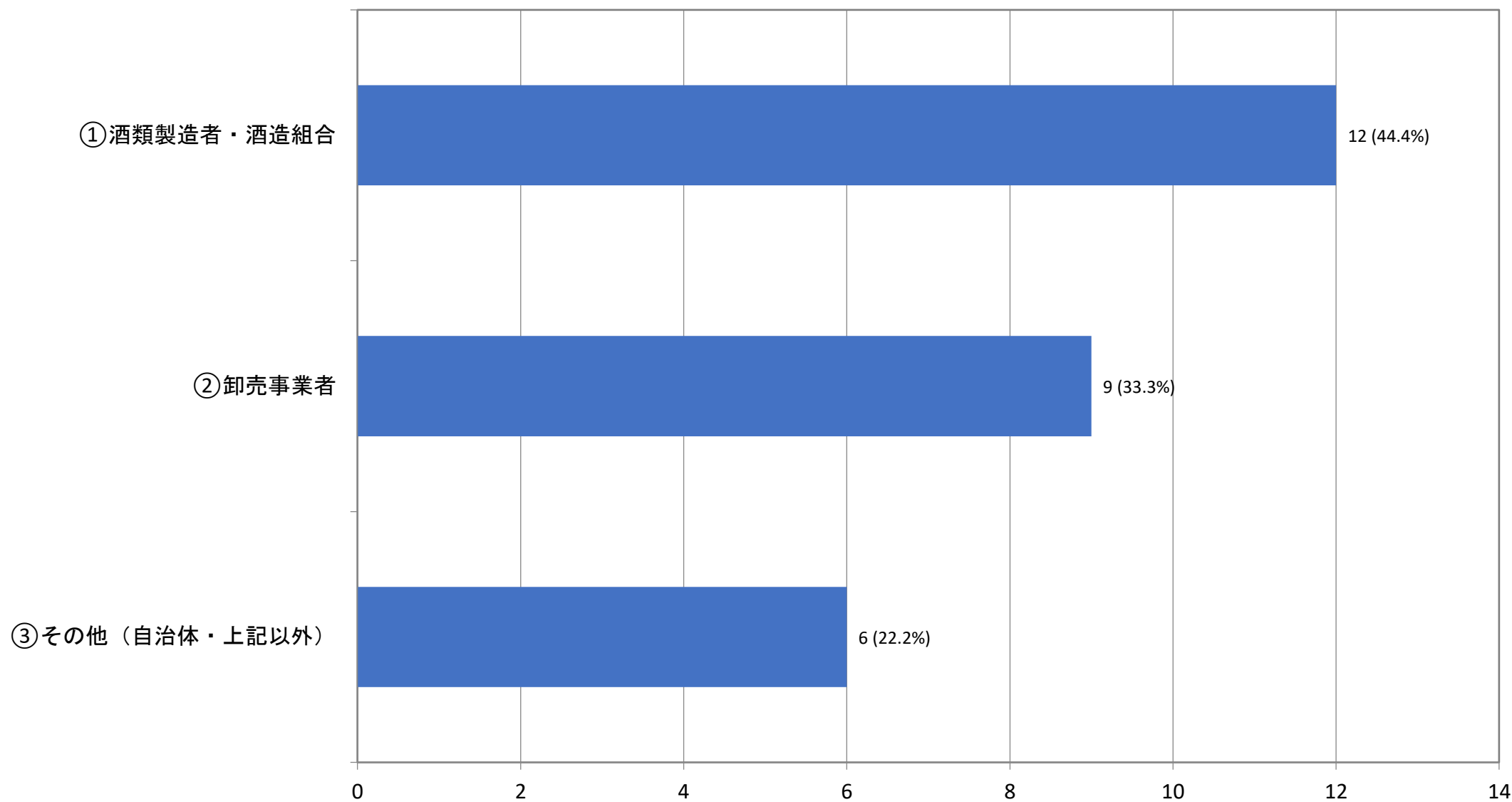
15. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ①酒類製造者・酒造組合
- ・講習資料のダウンロードが出来ることは大変有難い。
- ③その他（自治体・上記以外）
- ・とても参考になった。

▼2022年8月3日（水） セミナー

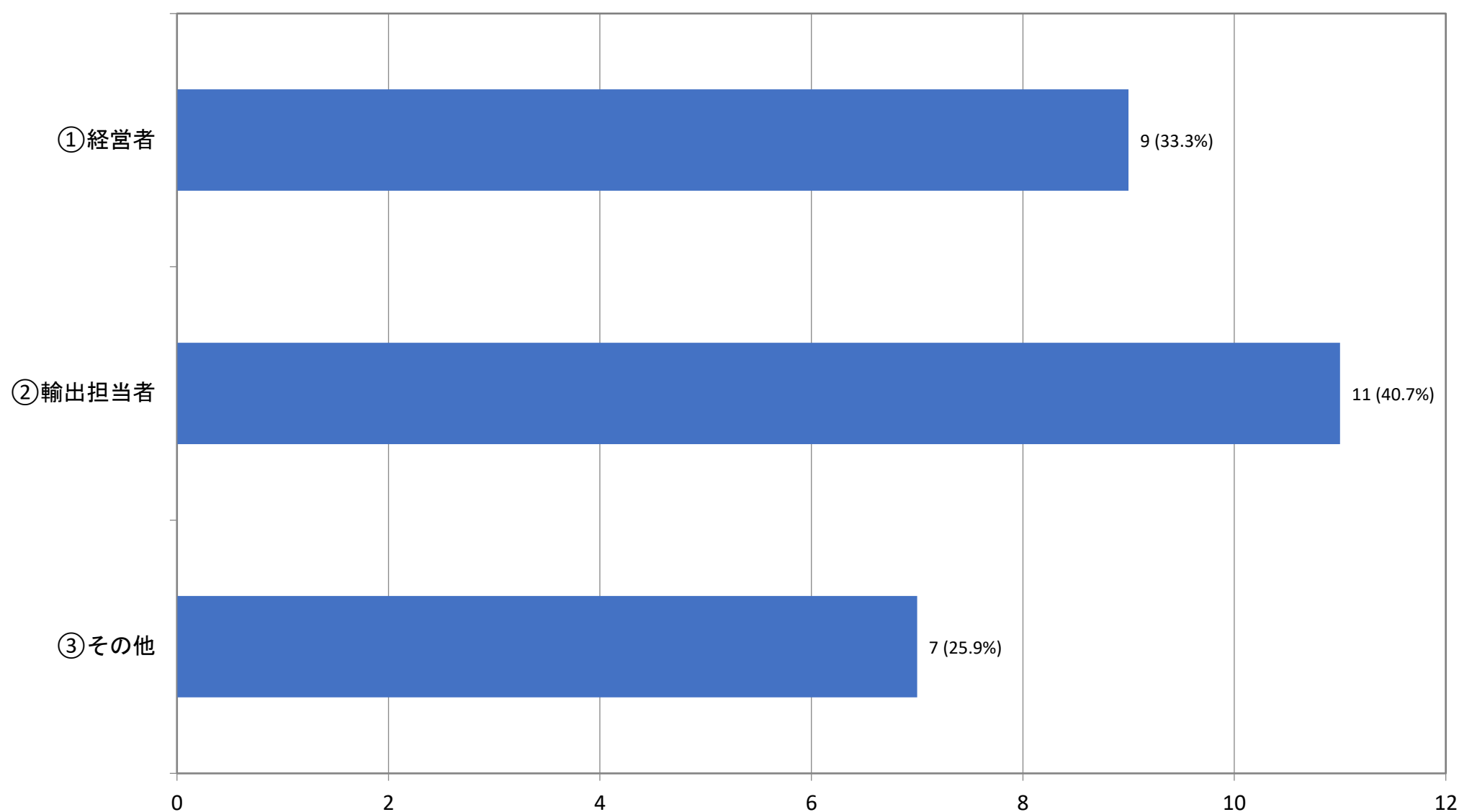
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



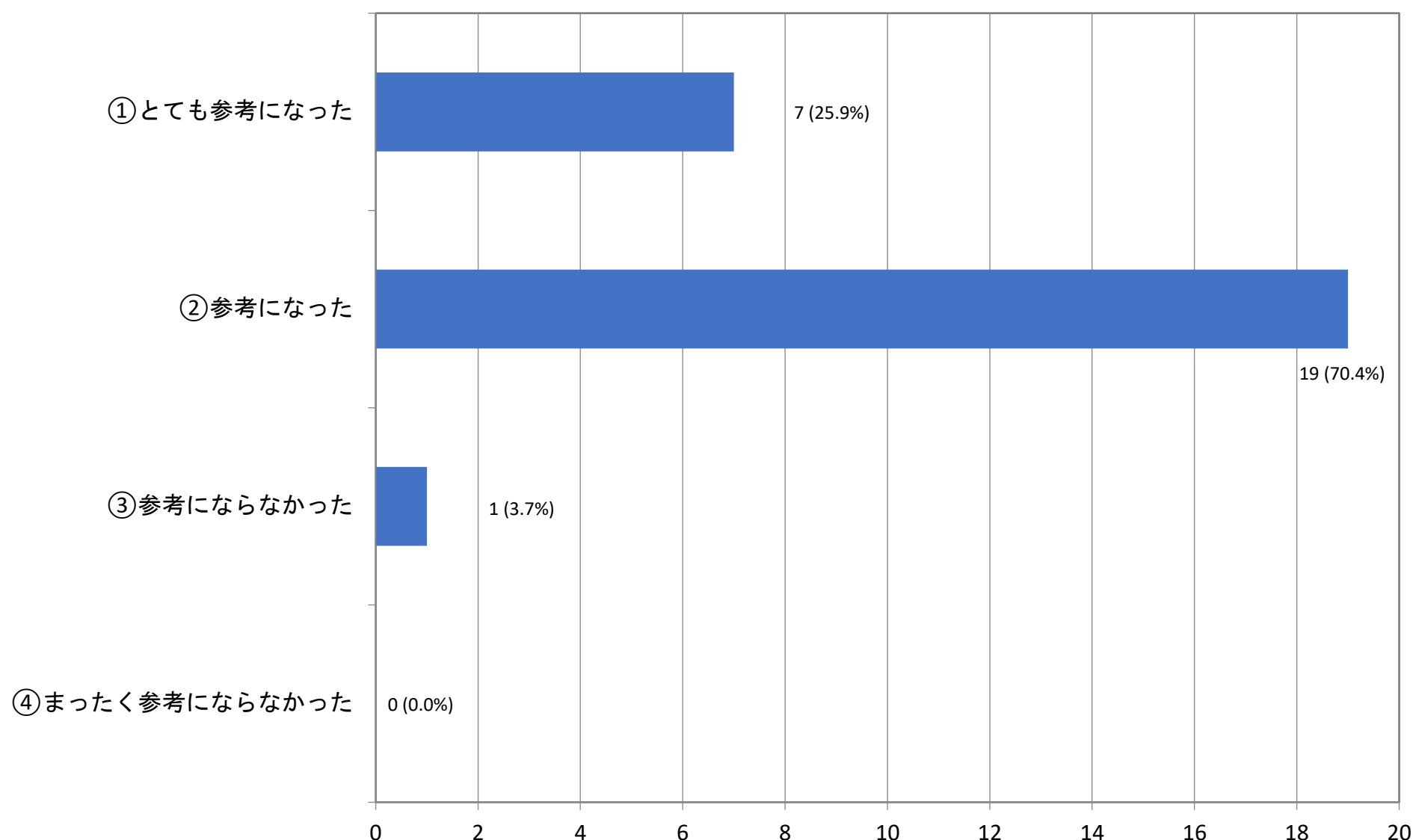
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 笹沼喜美男 ①「日本の農林水産物輸出の概況」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・酒類だけでなく農林水産物の輸出額だったのでとても興味深かった。どのような商品が必要があるのか知ることができた。
- ・輸出のイロハが理解できた。説明が解りやすく、助かった。
- ・基本的な事で既に把握している事だった。初めて見る人には良くまとまっており参考になったと思う。
- ・詳細なデータを享受させていただいた。

②卸売事業者

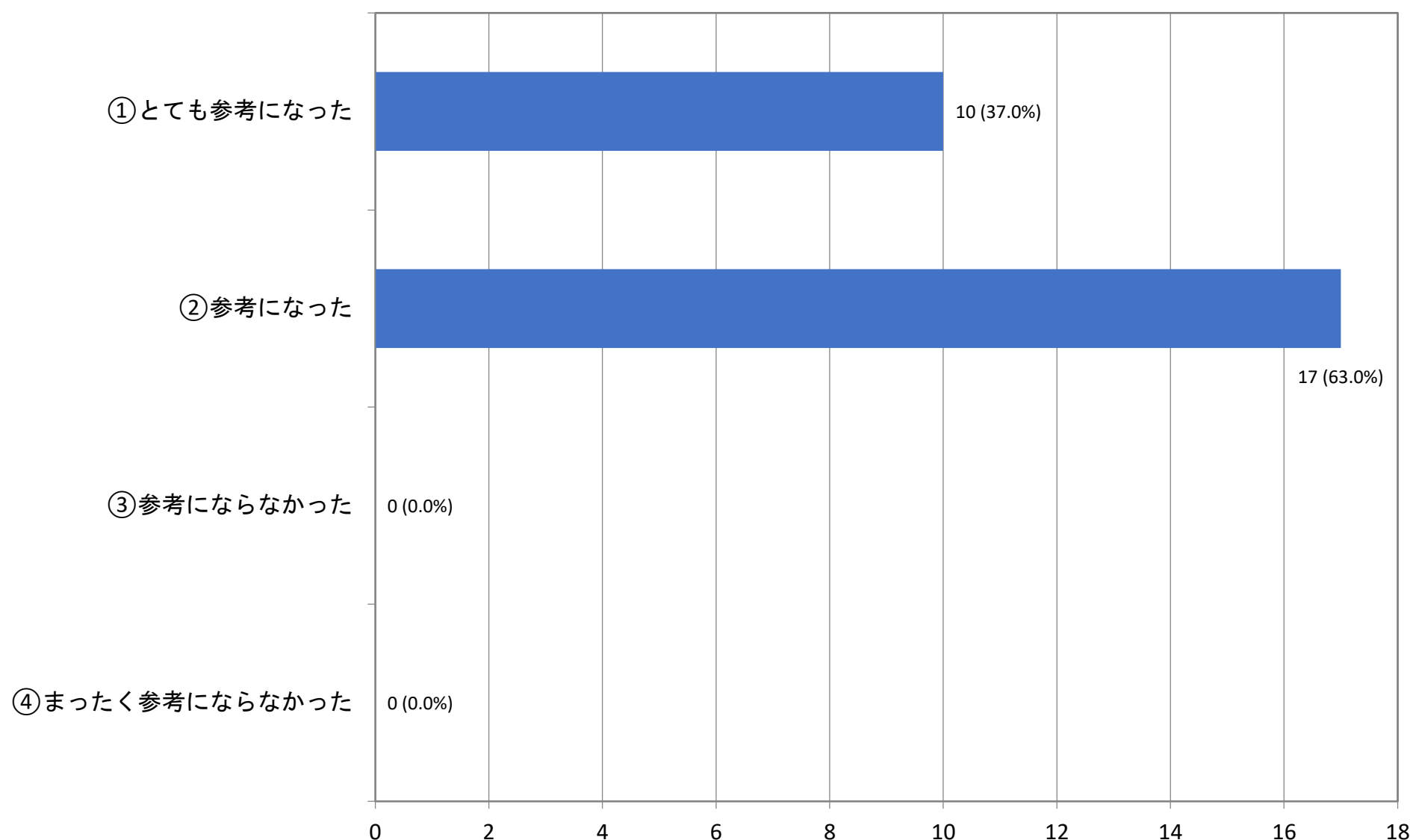
- ・「輸出の取り組みにあたって」の中でホタテ貝の話はとても参考になった。今、何をすべきか、どのように商品を伝えるかを理解した。
- ・輸出の基本的な部分をわかりやすくおさえた資料であった。
- ・輸出業務全般に関する流れが理解できた。
- ・海外エージェントとのコンタクトの取り方をご教授いただきたい。

③その他（自治体・上記以外）

- ・酒類への言及が少なかったが、全体としてよかった。
- ・最初の方のお話で、「実際に試していない・飲んだことがない商品を海外から購入するのか？」という内容が参考になった
- ・海外におけるマーケット状況などが参考になった。

5. 笹沼喜美男 ②「輸出に取り組むにあたって」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. Q5で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・海外に出る目的など改めて社内での意思統一と戦略の明確化が必要だと感じられた。ホタテの事例も大変参考になり、商品の付加価値のつけ方や海外での商品の需要があるかなど自社商品についても再検討を行いたい。
- ・ホタテと抹茶の成功例が興味深かった。
- ・輸出に対しての心構えの重要さがわかった。

②卸売事業者

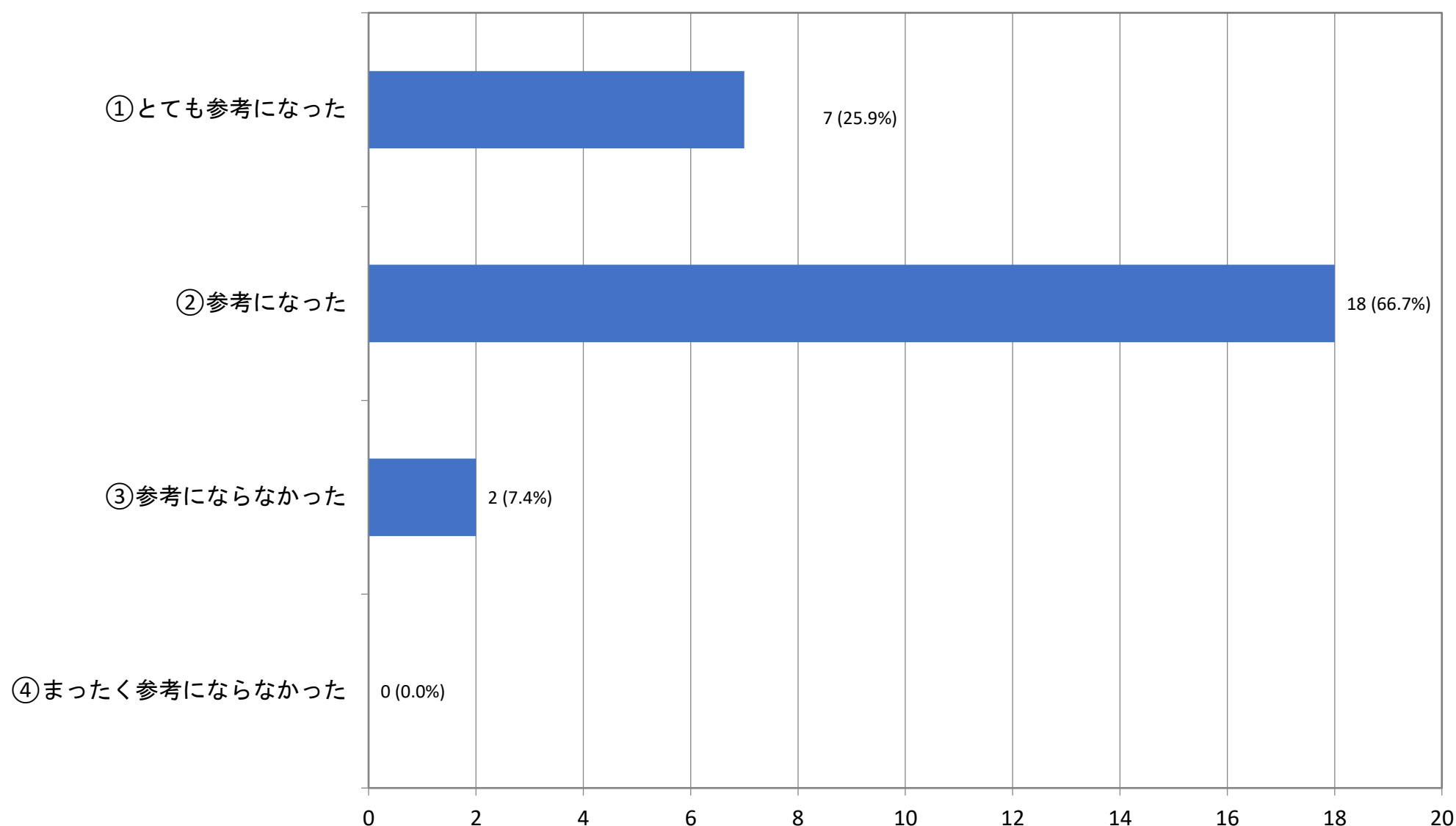
- ・輸出がマクロ経済のためでなく、自社にとって、どのようなべきかの基本の説明があり参考になった。
- ・コストとリスクの理解力が上がった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・酒類への言及が少なかったが、全体としてよかった。
- ・見やすい資料・分かり易い内容だったので、今後の見返しに利用したい。
- ・海外との取引における実態がわかった。

7. 笹沼喜美男 ③「国内取引との違い」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



8. Q7で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・輸出のかたちや消費税の免税に関する説明などとても分かりやすく、勘違いしていた部分もあり大変参考になった。
- ・基本的な事で既に把握している事だった。初めて見る人には良くまとまっており参考になったと思う。
- ・輸出の様々な取引形態を説明いただけた。

②卸売事業者

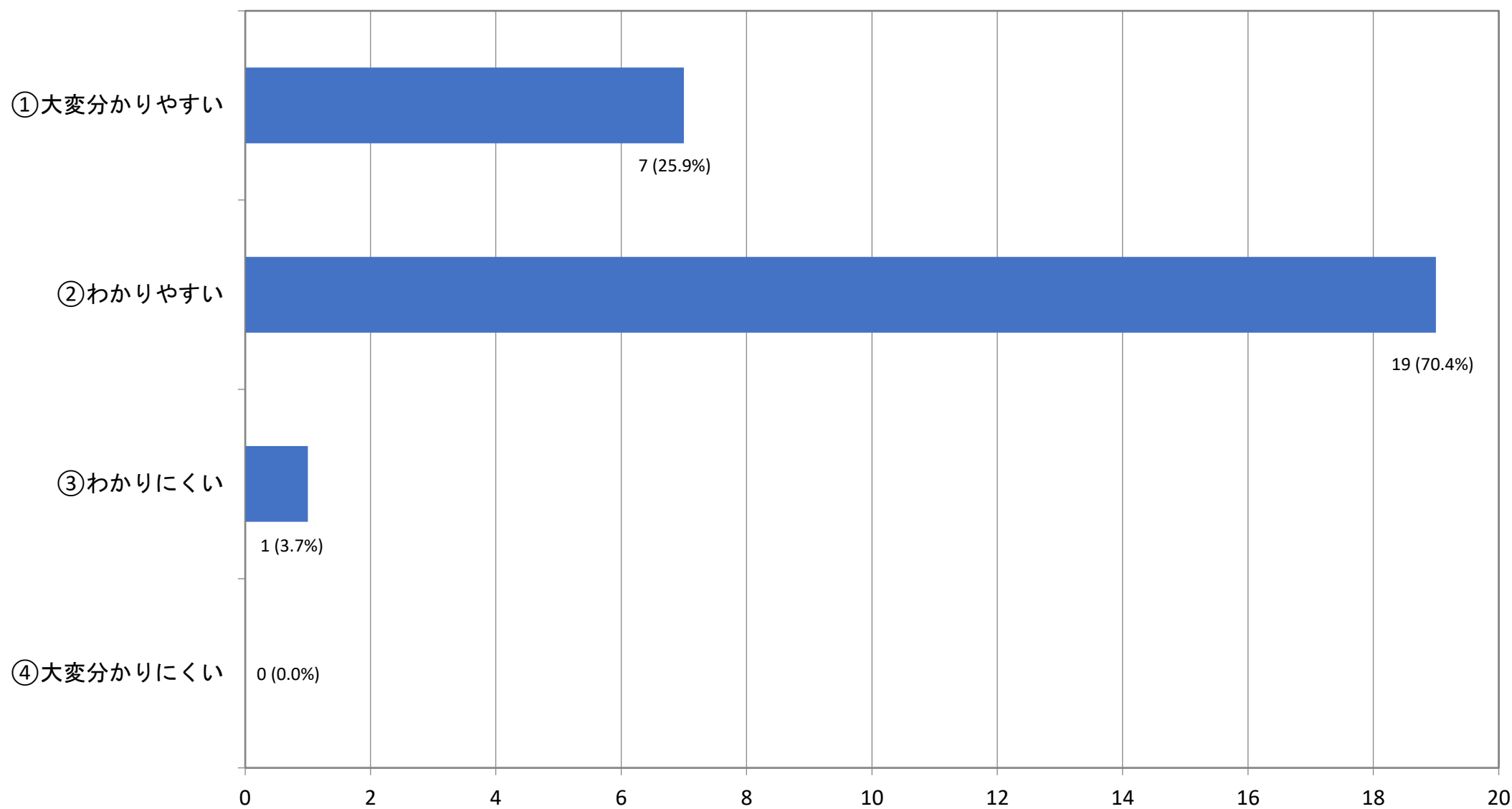
- ・輸出でのコストやリスクに関して、わかりやすい説明があった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・全体としてよかった。
- ・税務署の方へ確認等を行っていたので、再認識が出来た。
- ・海外との取引における実態がわかった。

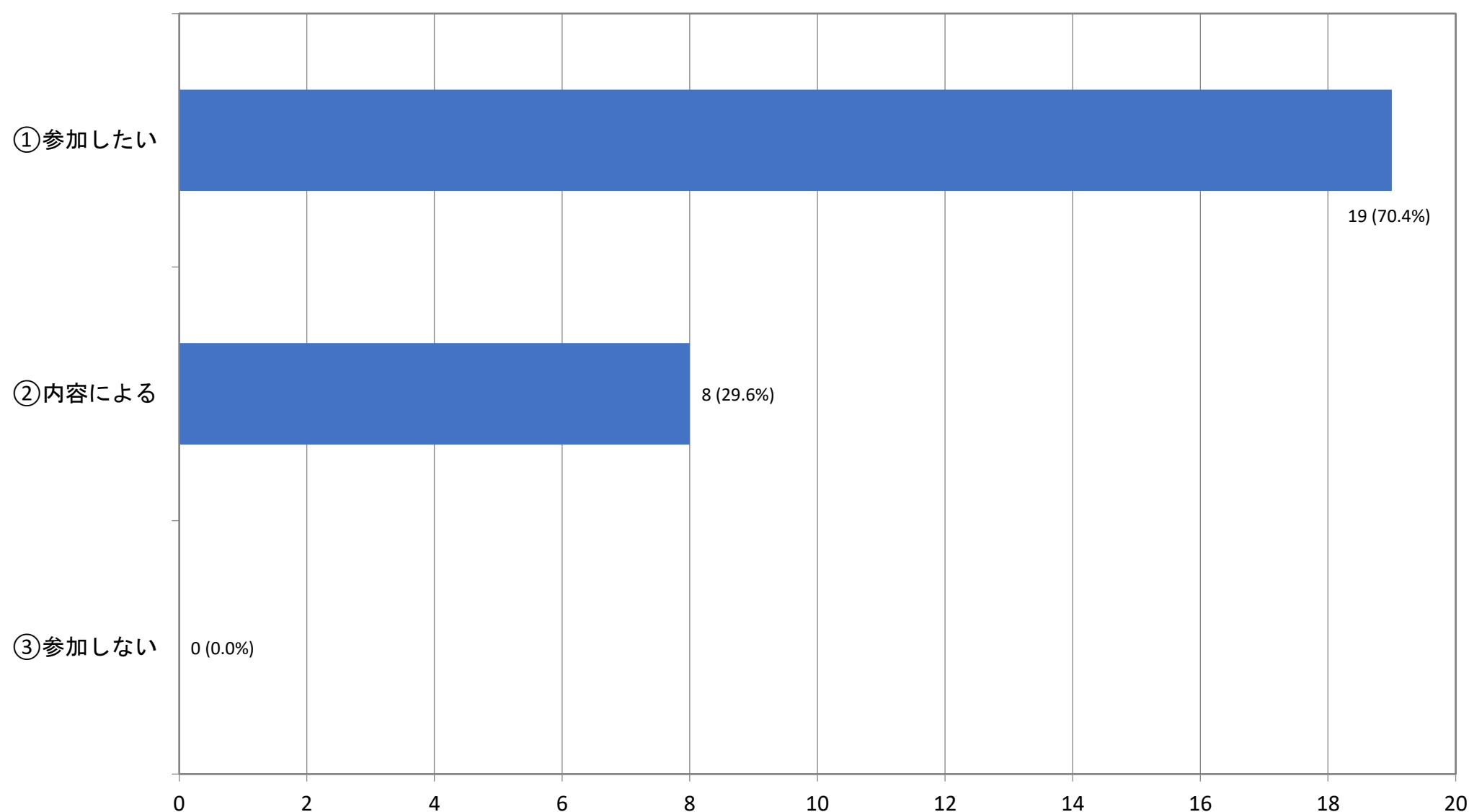
9. 笹沼喜美男の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



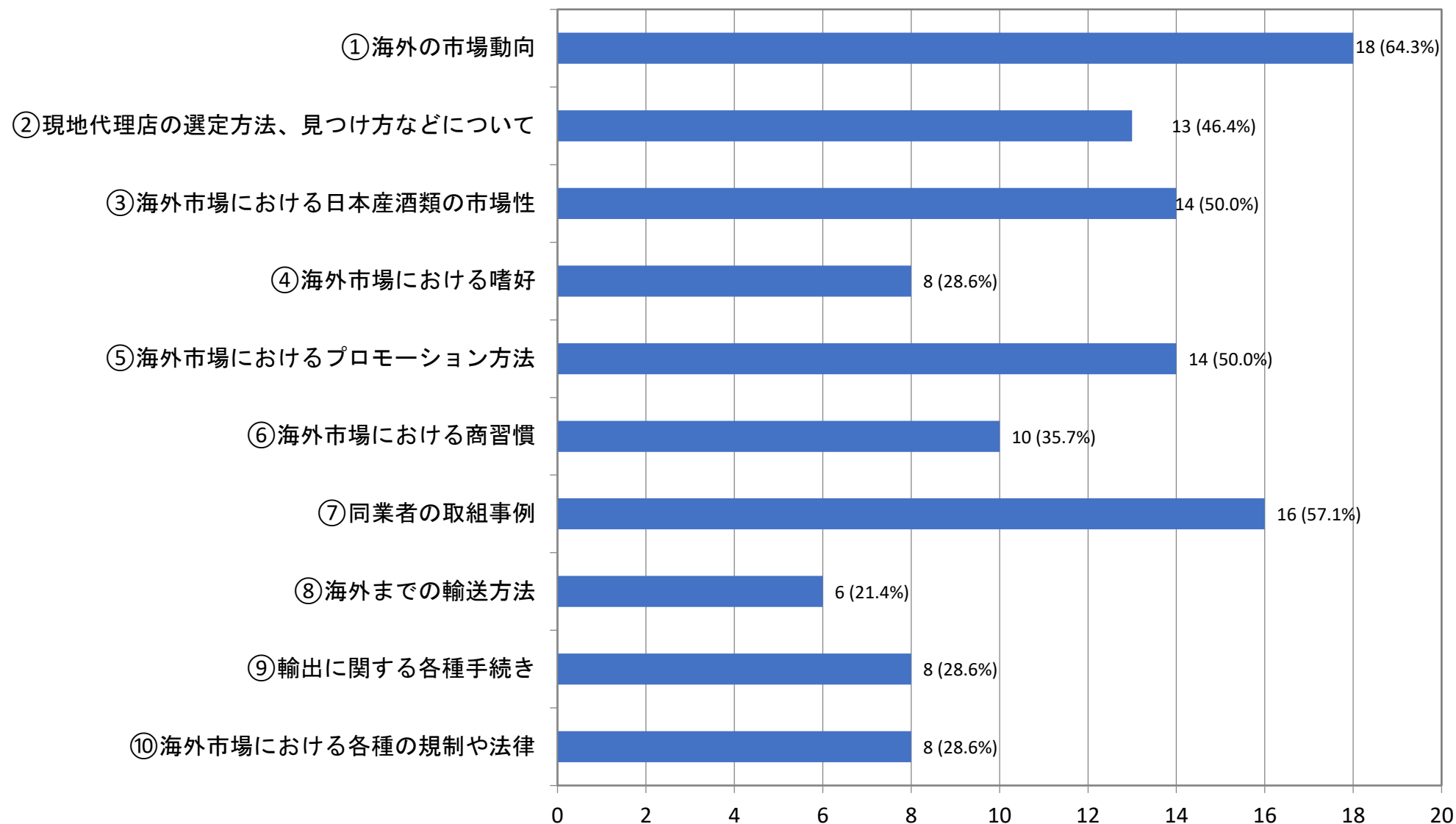
10. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

グラフ単位：人



11. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



12. Q11に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

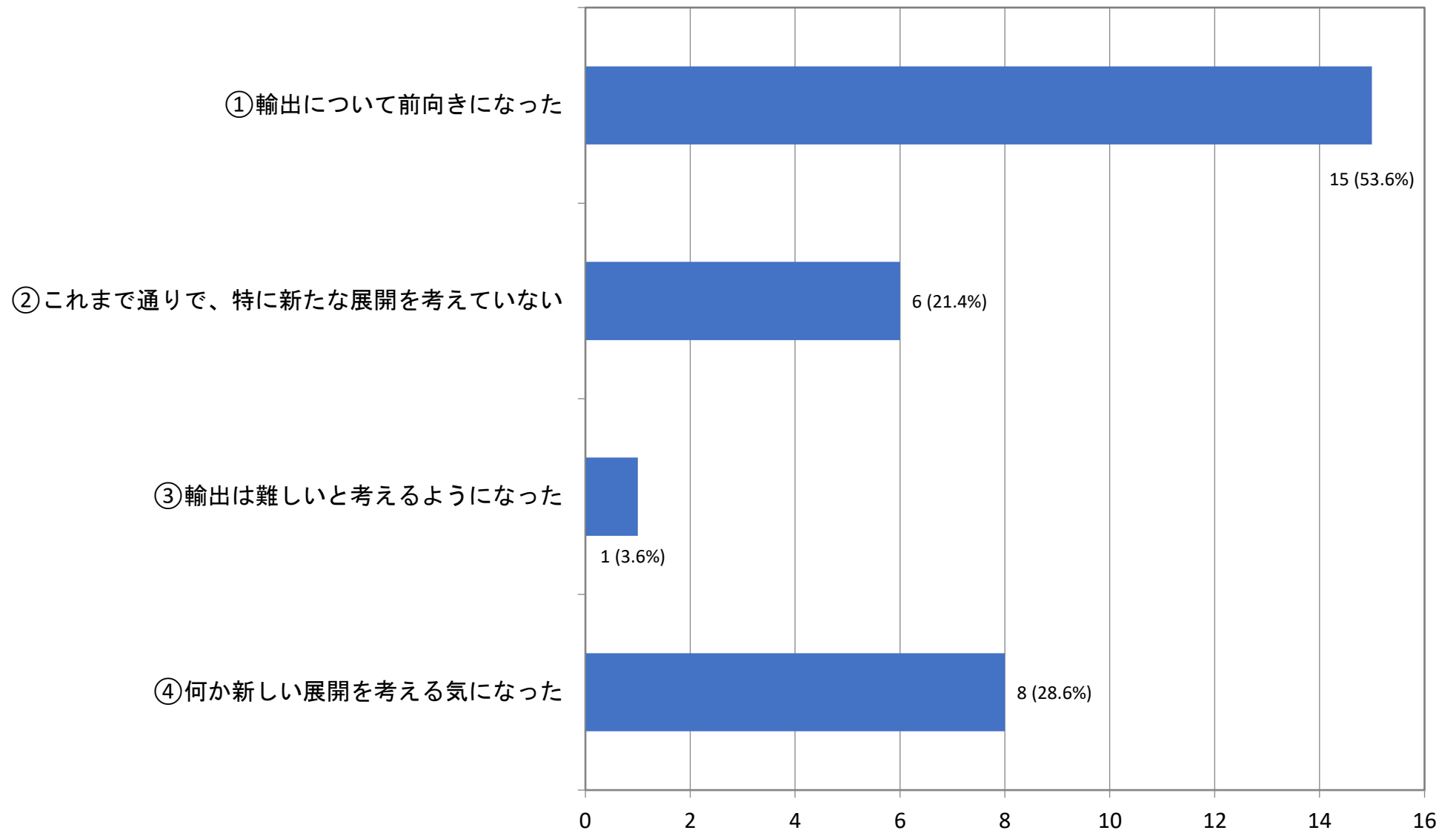
- ・ 小さな酒蔵の取り組み事例を勉強したい。
- ・ 日本では居酒屋さんでコミュニケーションを取っているシーンが多く、海外はバーで飲んでいるシーンが多い。どのようなお酒が飲まれており、どのようにお酒を楽しんでいるのかなど、家飲みも含めて海外の人の飲酒習慣（家飲み、外飲み）についてご教示いただければ有難い。

② 卸売事業者

- ・ 現地代理店の選定方法、見つけ方などについては具体的な企業を紹介してほしい。

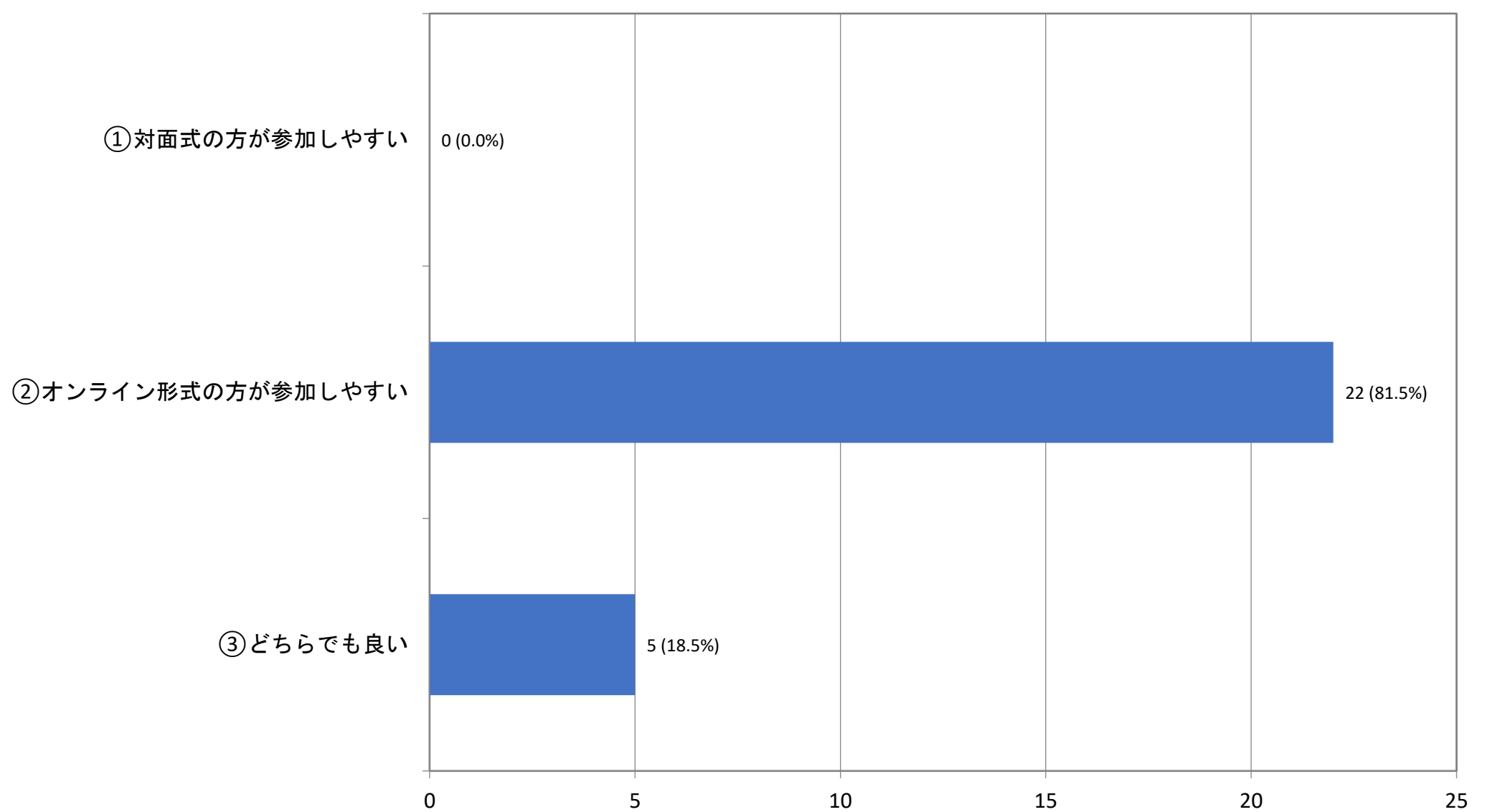
13. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



14. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



15. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・ 自社商品がどのマーケットで需要があるかをアドバイス頂きたい。
- ・ 既に輸出ルートを持っているので、小売業、レストランの方と商談を希望する。

②卸売事業者

- ・ 商談会（国内仕入れ・海外販売）。
- ・ マatchingサービス。

16. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

②卸売事業者

- ・ 音量について。前々回よりも音量が大きかったが、もう少し音量を上げてもらえると助かる。
- ・ コストとリスクの具体的例が欲しい。事例の映像があるとよいと思う。

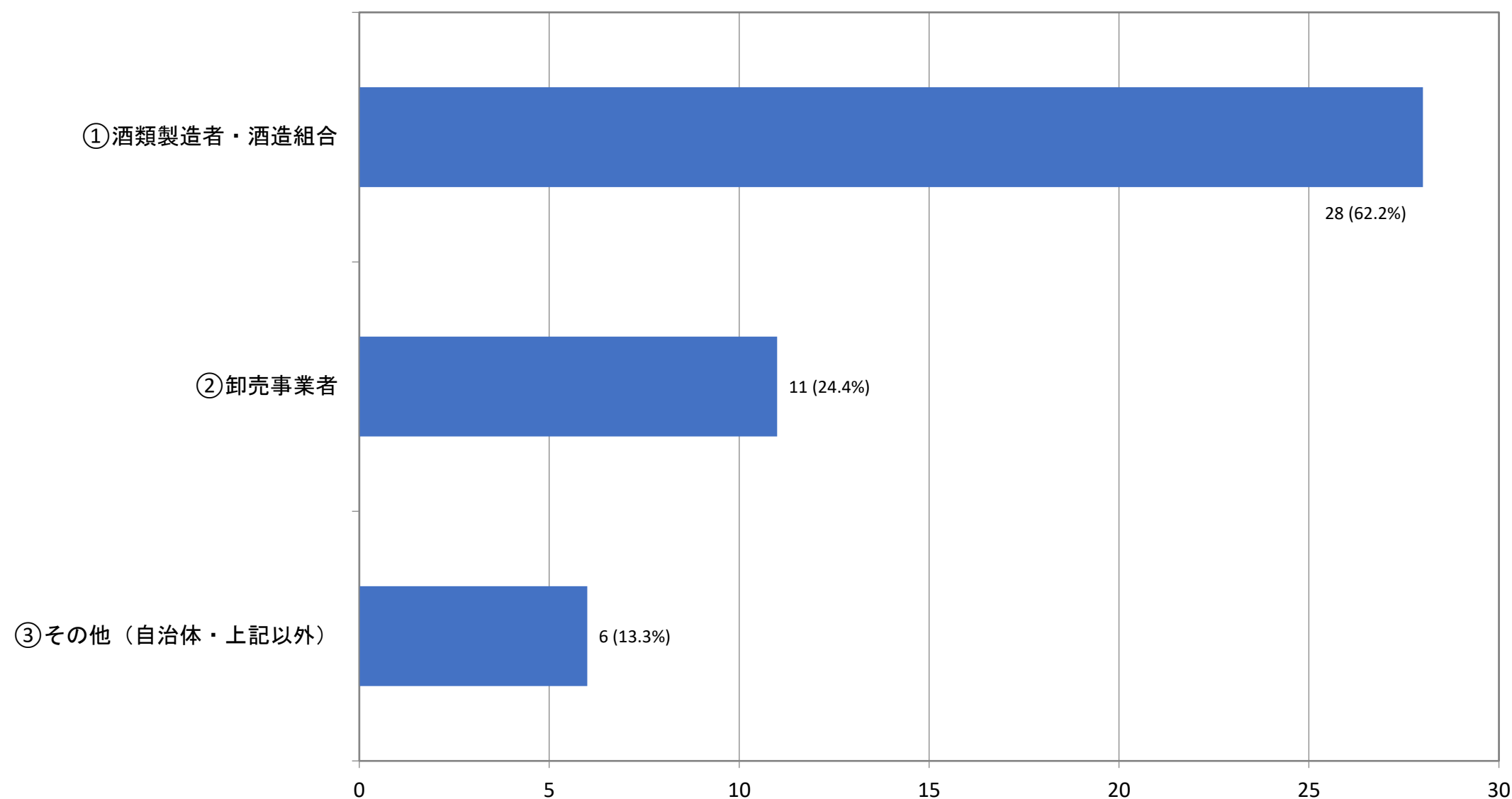
③その他（自治体・上記以外）

・ 今回のセミナーは海外販売を始めたばかり・始める前の方がほとんどだと考えている。
質問したい点あったが、今後の戦略について質問・相談したかった。
資料の内容についての質問はチャットで問題ないと思うが、他社様に知られたくない内容について相談等行いたかったので、出来れば、笹沼喜美男様へ直通に質問できる様にしてほしかった。

▼2022年8月24日（水） セミナー

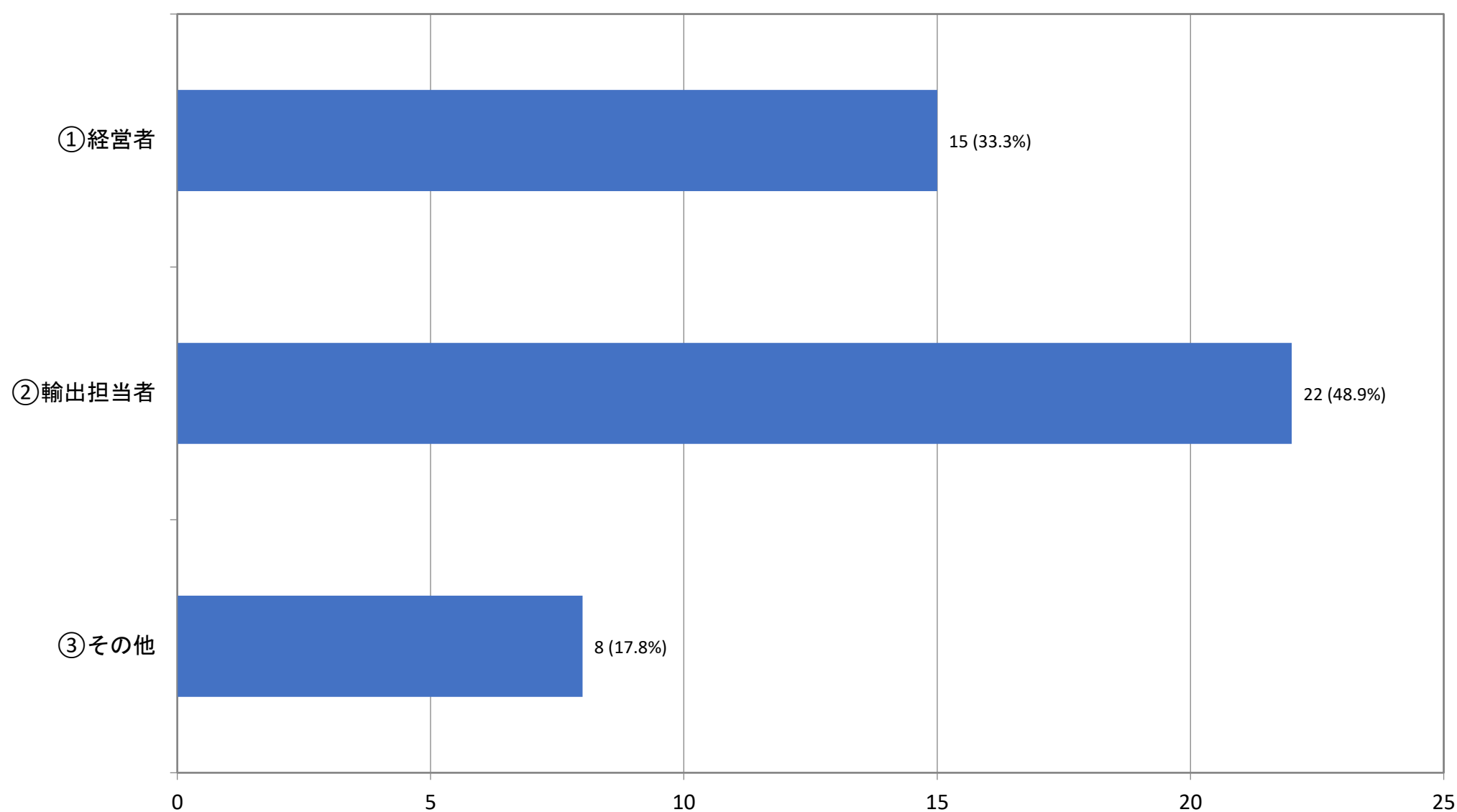
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



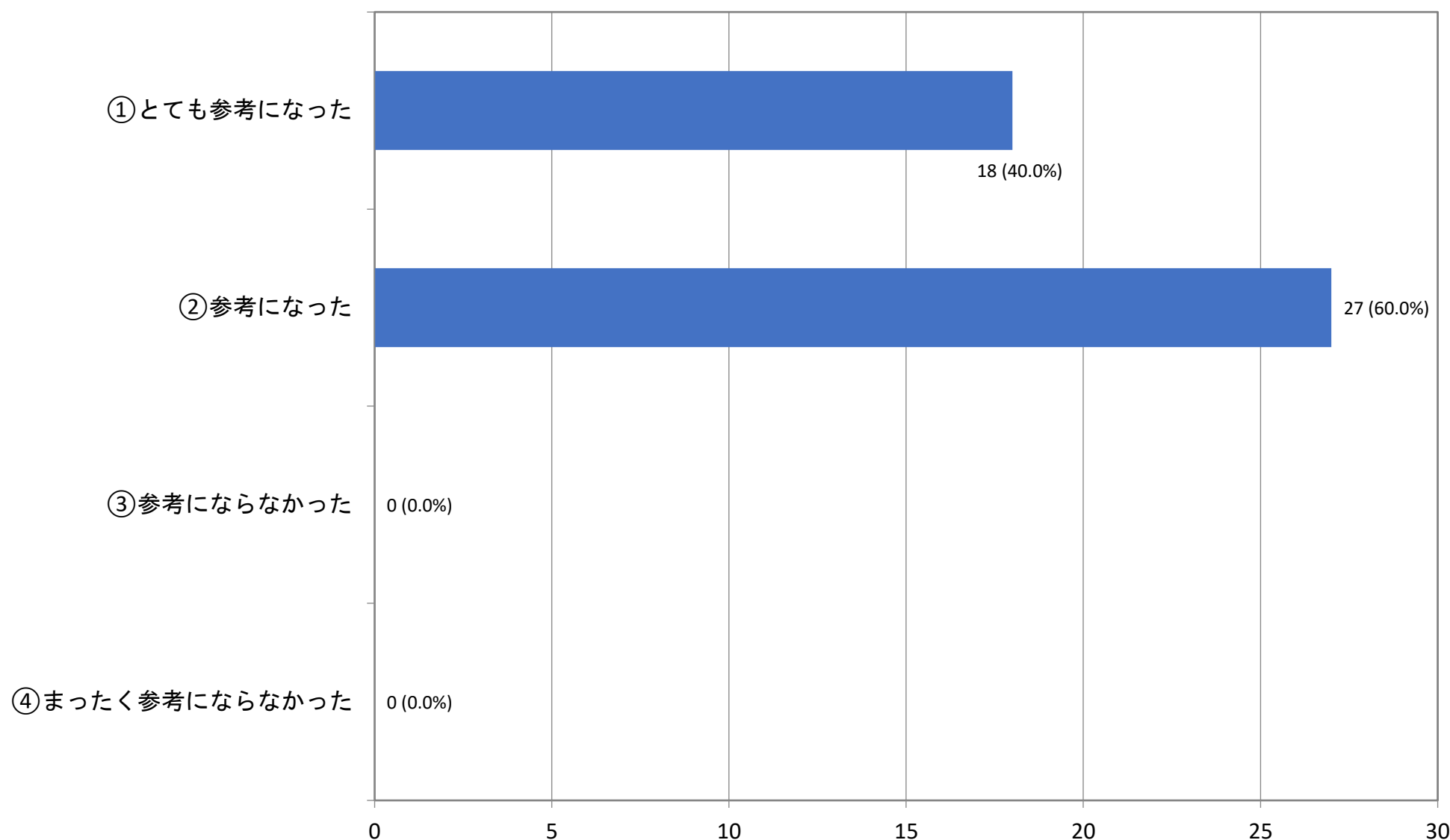
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 笹沼喜美男 ④「輸出のかたちと実務」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・改めて基礎を確認することが出来た。
- ・インコタームズについて復習することができた。
- ・輸出において注意すべき点がわかりやすかった。
- ・輸出の際の国際規格など細かく説明いただいた。
- ・INCOTERMS2020の一覧はわかりやすい表だと思った。
- ・貿易条件11種類の説明が分かりやすかった。
- ・これから日本酒の輸出に関わるにあたり、必要となる情報を包括的に知ることができた。
- ・インコタームズや越境ECの説明が参考になった。
- ・輸出の際のスキームがよく理解できた。
- ・FOBについて参考になった。

②卸売事業者

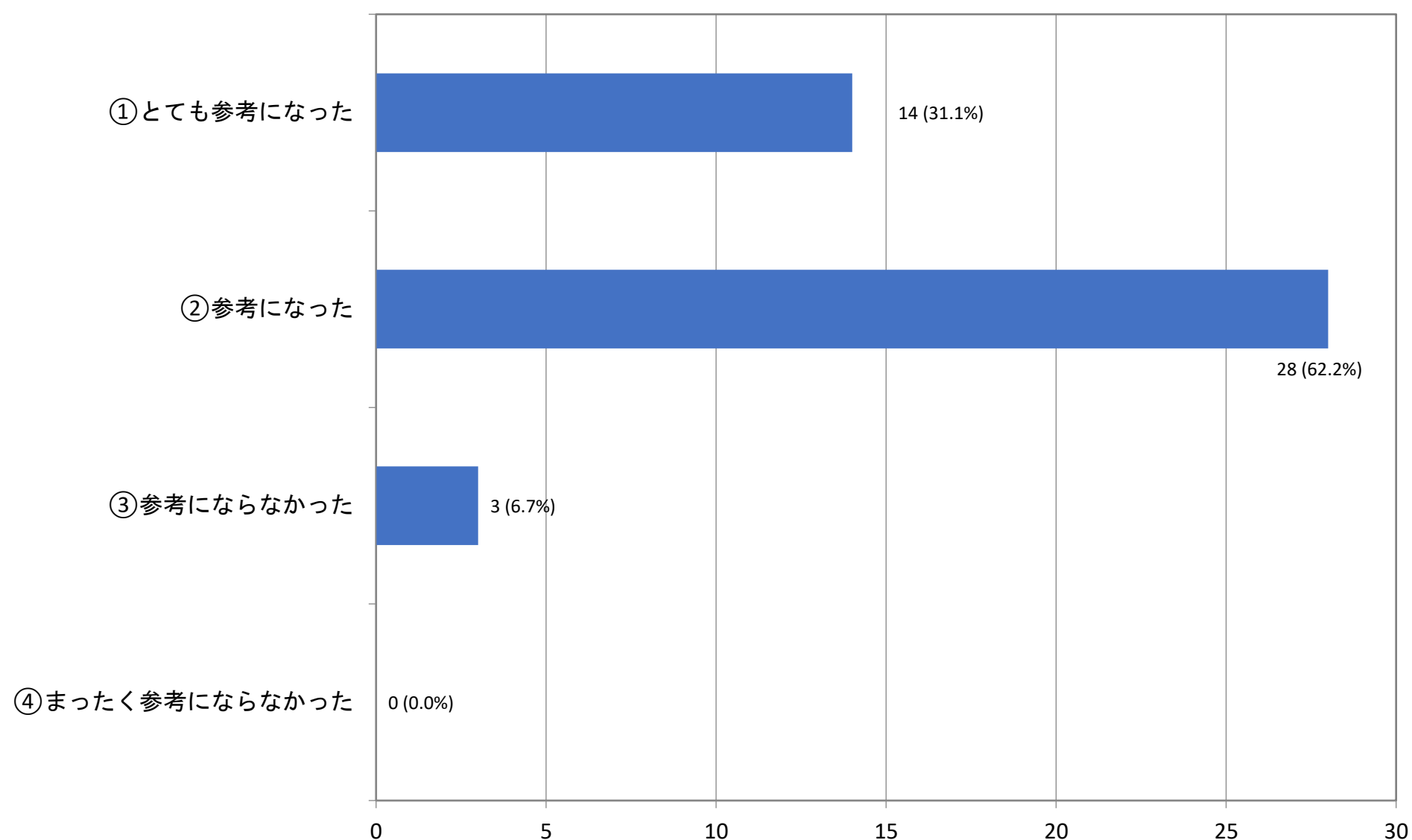
- ・インコタームズ、契約、費用の負担割合など勉強になった。
- ・代理店と販売店の違いについて明確に理解した。
- ・標章登録等、知らないうちに悪意を持った第3者からの防衛手段が参考になった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・インコタームズや輸出支援機関などについての内容が参考になった。また海外での商標登録などの裏話がとても勉強になった。
- ・FOBの注意点が参考になった。
- ・専門用語や全体像を理解するのにとても役立った。

5. 笹沼喜美男 ⑤「誰に、何を、どのように売るか」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. Q5で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

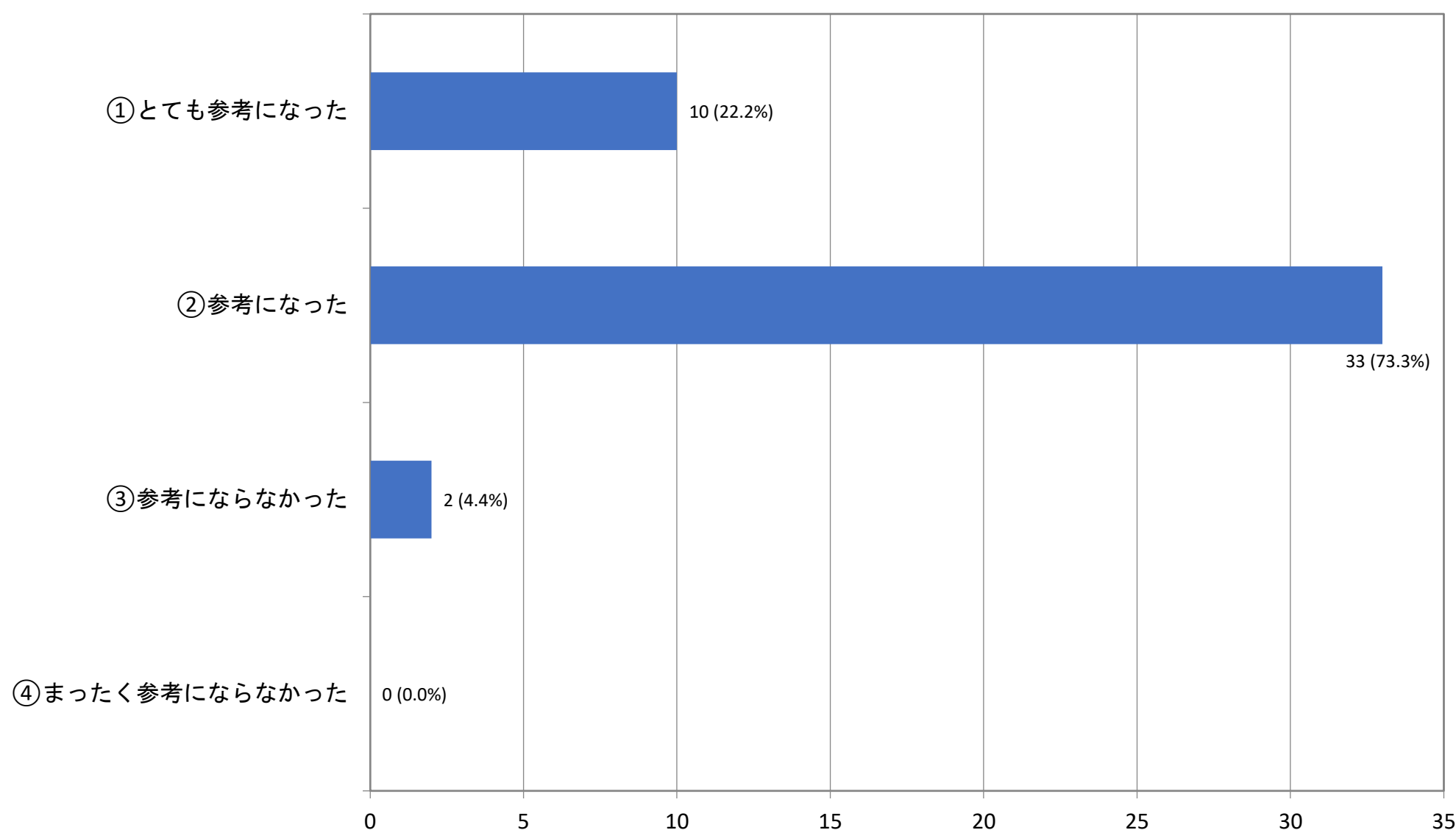
- ・同意できない部分もあった。
- ・輸出について知識がないので話されたことが全て参考になった。
- ・海外輸出する前の具体的な調査内容や展示会や商談会の準備するものなど参考になった。
- ・残念ながら目新しい情報がなかったと思う。
- ・ある程度分かっていた内容だった。
- ・特に越境ECについてのご解説が勉強になった。
- ・展示会の件など参考になった。
- ・仲介業者の種類が理解できた。

②卸売事業者

- ・海外における販売権の独占権に対する対応法が参考になった。
- ・販売先との関係は、一番重要と認識していたが改めて信用の構築（日常のコミュニケーション）について再確認した。

7. 笹沼喜美男 ⑥「契約書について」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



8. Q7で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・ 契約書は重要だと思った。英語の専門弁護士が必要だと思った。
- ・ トラブルがありがちなようなので基本契約の内容について知ることができてとてもよかった。
- ・ 直接取引の際の入金方法など、与信が低いあるいは不明なお客様とのポイントなど具体的に説明いただき参考になった。
- ・ 裁判と仲裁の考え方が参考になった。
- ・ それぞれの英文契約書のサンプルや作成に当たっての注意事項、一般的にとるべき表現や言っではいけない言い回しなどの情報を頂けるとありがたい。
- ・ 契約書の重要性を改めて認識できた。
- ・ 契約時に押さえるべきポイントを理解できた。
- ・ 契約書作成時の注意点が参考になった。
- ・ 独占販売事項に関するアドバイスは参考になった。
- ・ 契約書を作成するときの注意事項。

②卸売事業者

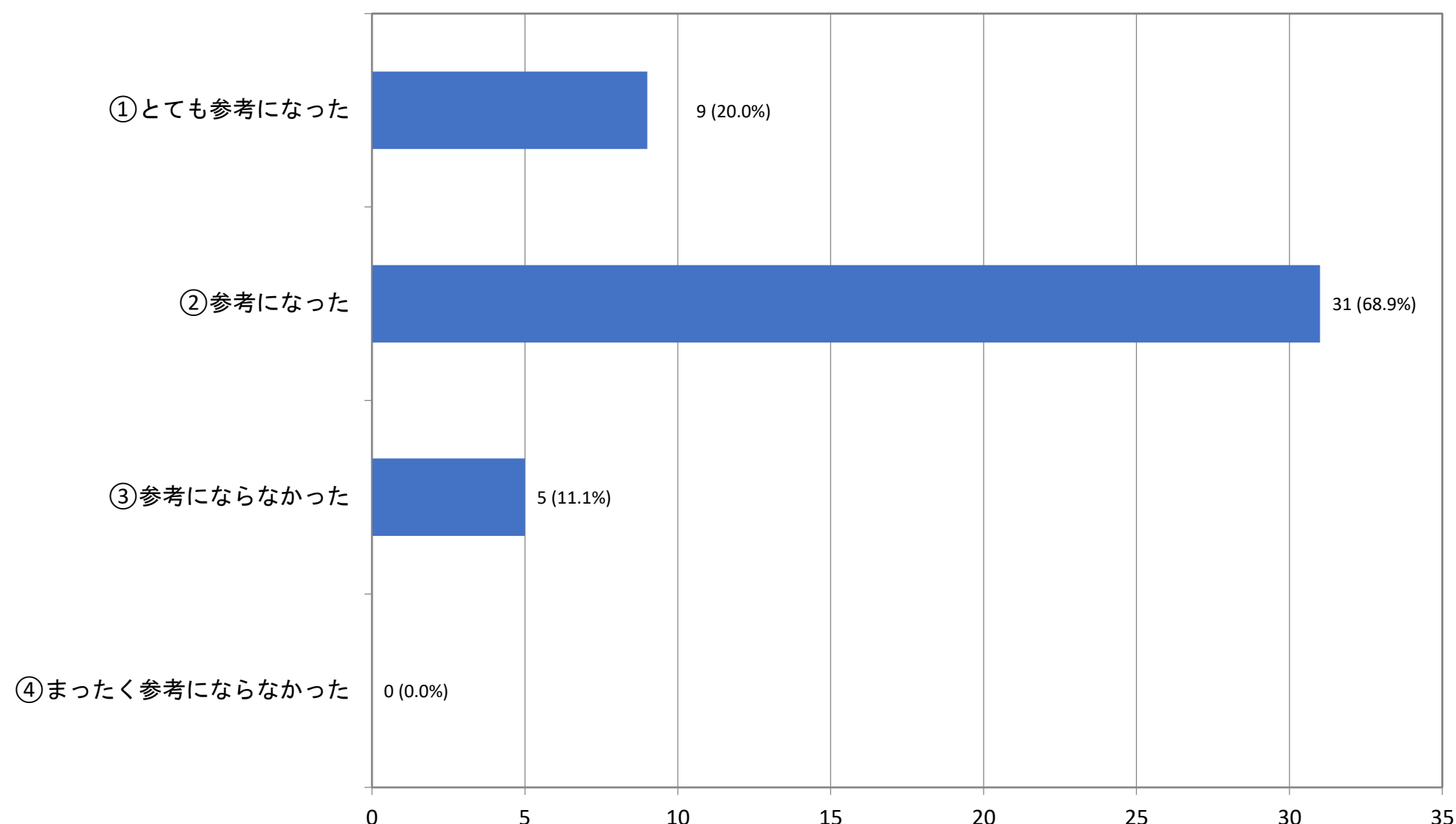
- ・ 裏条項について参考になった。
- ・ 時間はないのはわかるが、内容が薄かった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・ トラブル解決に仲裁機関の活用が適している説明が参考になった。

9. 笹沼喜美男 ⑦「公的機関の支援」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



10. Q9で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・もっと細かい案内が欲しかった。
- ・国税局だけだと思っていたが経産省、国土交通省、文科省さらには各自治体等幅広い支援があることをお聞きし、これから具体的に調べようと考えている。
- ・既知の情報の整理となった。
- ・既に知っている内容だった。
- ・存じ上げない公的支援機関があったので、今後の参考とさせて頂く。
- ・分からなかった点を確認できた。
- ・随時確認しておくべき機関や制度をご教示いただいた。
- ・全般、参考になった。
- ・公的助成が存在する事が理解できた。
- ・確かに様々な支援が有るが、見ている範囲は対応している。

②卸売事業者

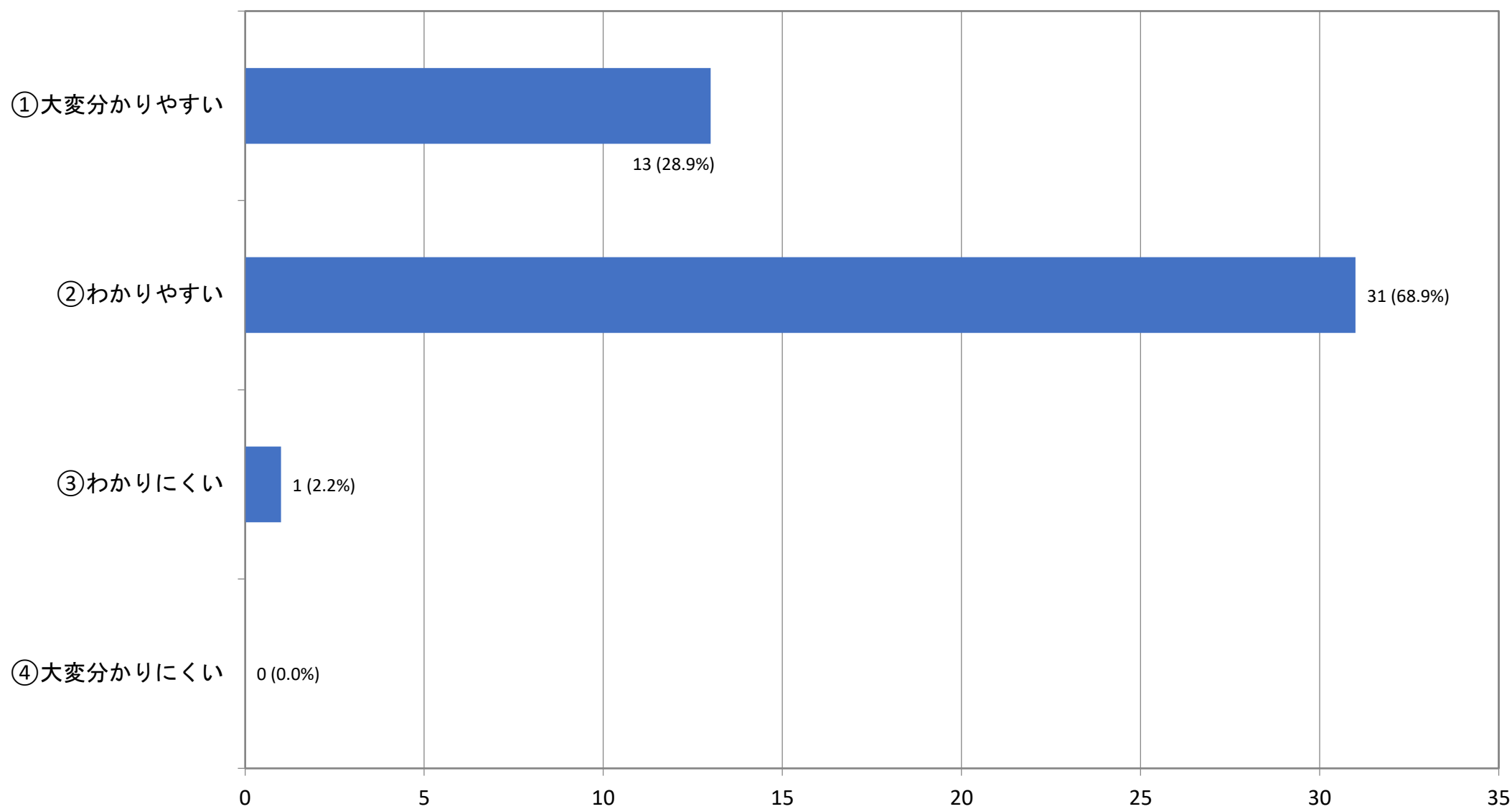
- ・時間はないのはわかるが、機関等の羅列だけで具体的ではなかった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・多くの公的機関が支援活動を行っていることがわかった。

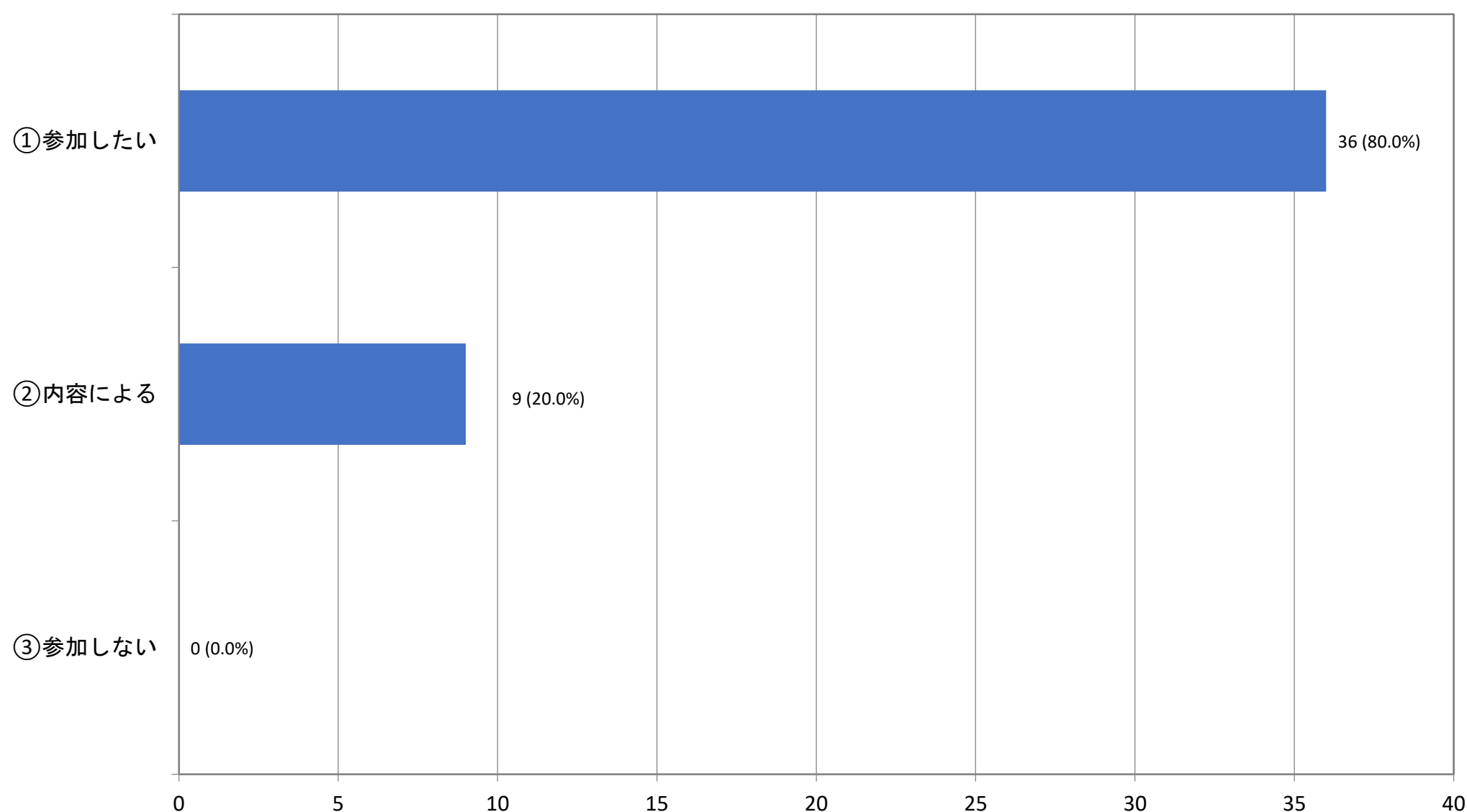
11. 笹沼喜美男の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



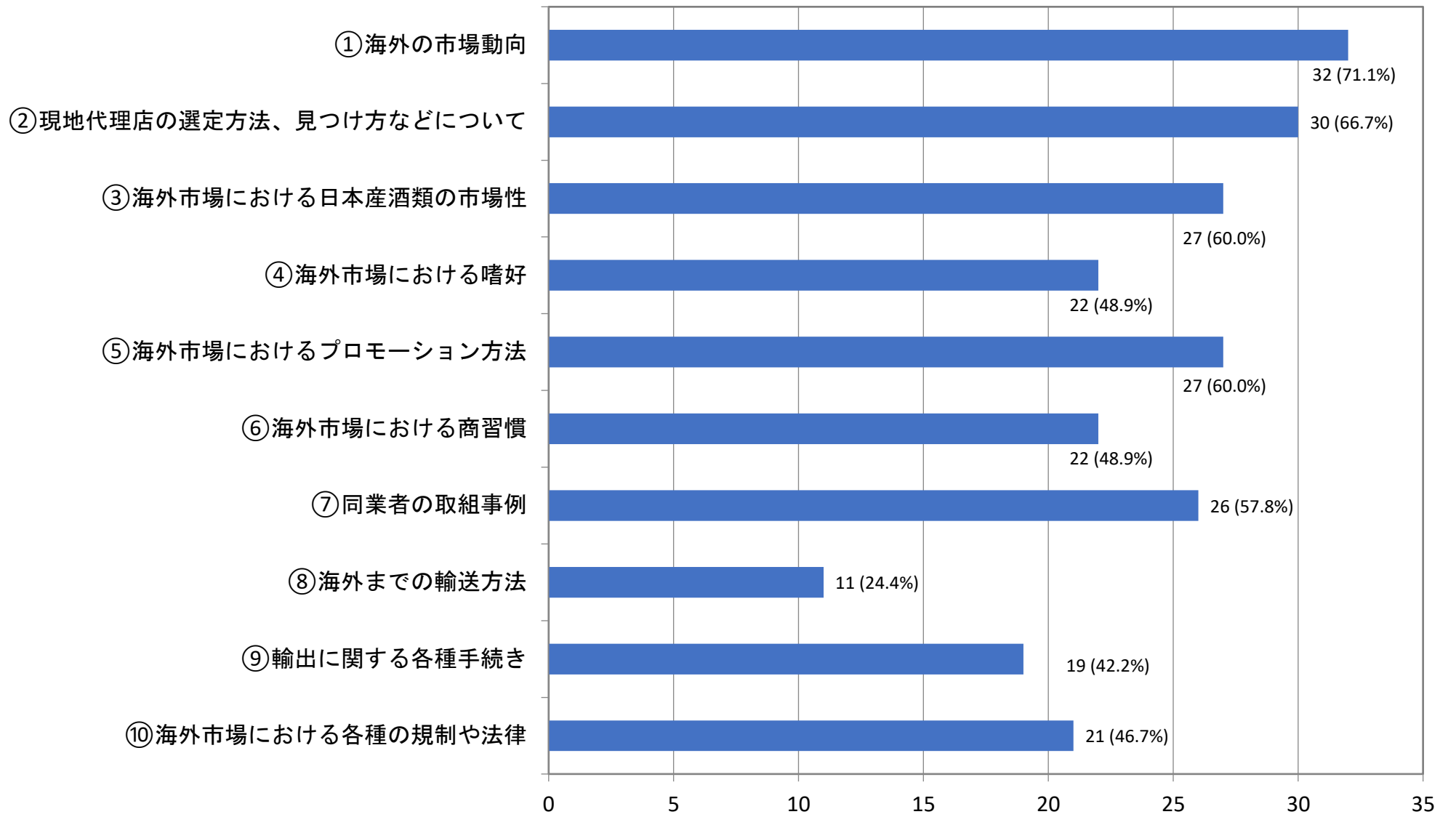
12. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



13. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



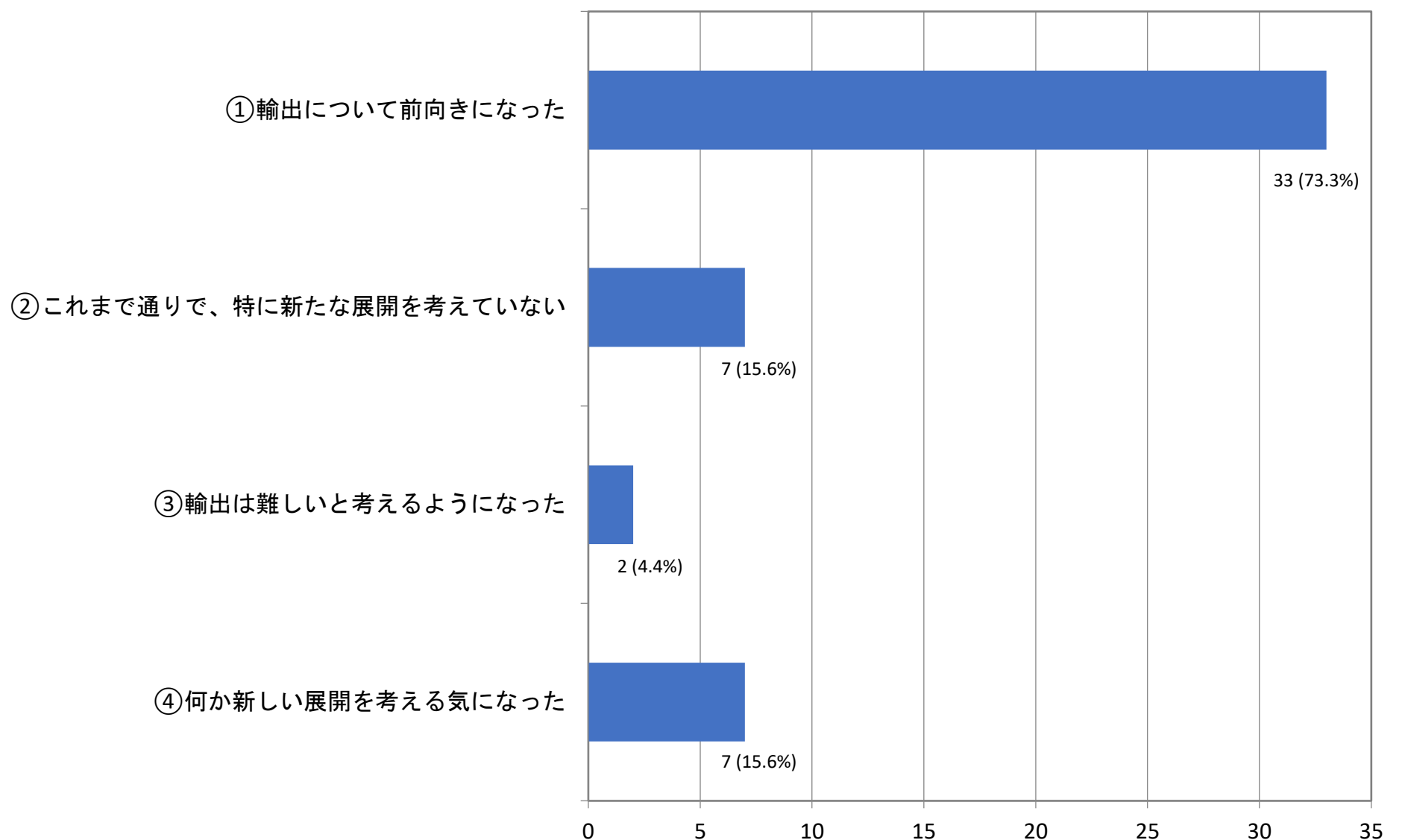
14. Q13に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

- ・ 商談会や展示会に向けての戦略。
- ・ 海外の法規制（特に酒類）や市場トレンドなど、変化するものに関するアップデートされた情報は常に入手しておきたいと思っているので、専門の方からのセミナーに興味がある。

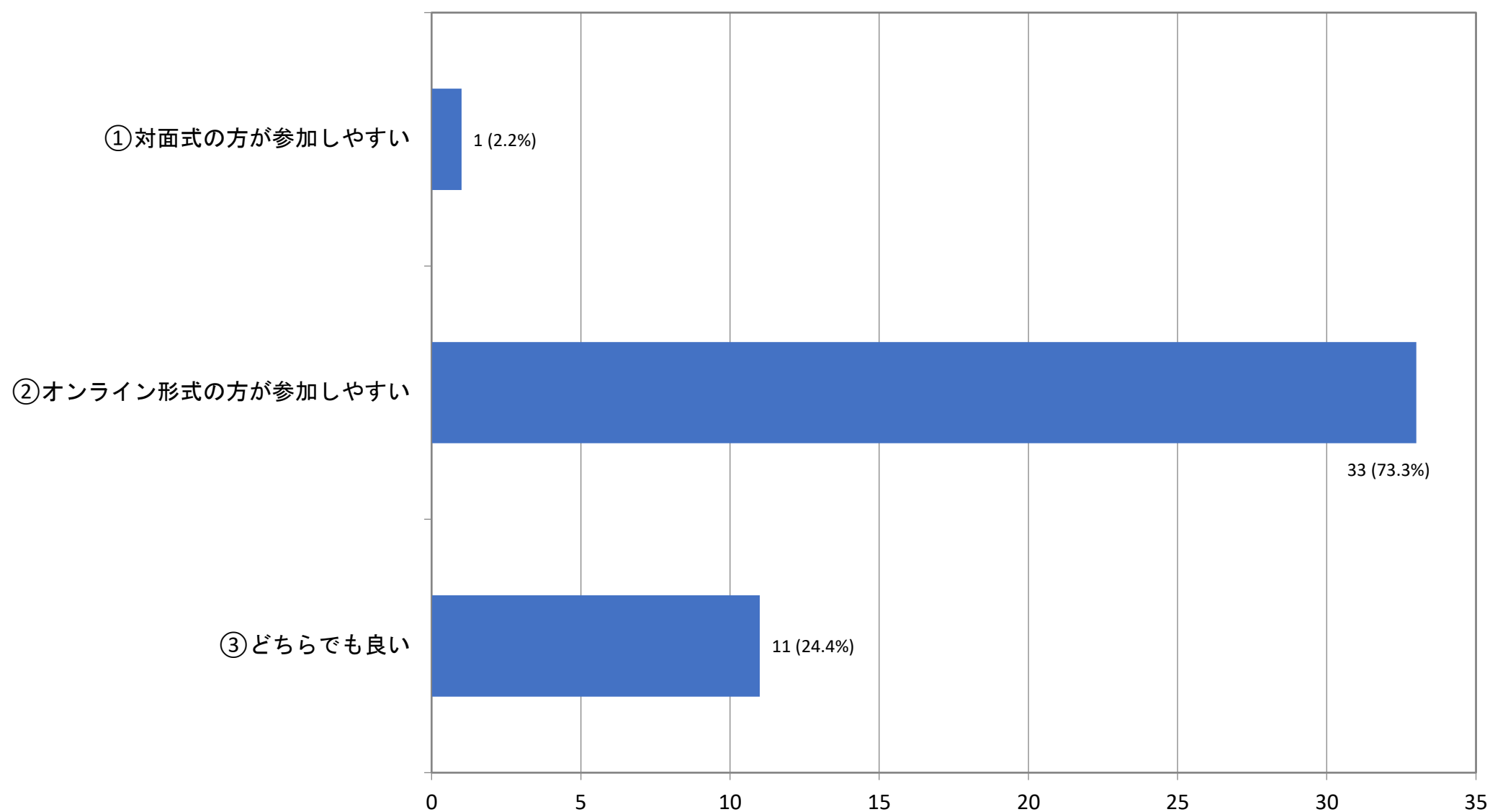
15. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



16. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



17. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・海外のアルコールに関する法規制、日本食やアルコールの現地のトレンドなど。

③その他（自治体・上記以外）

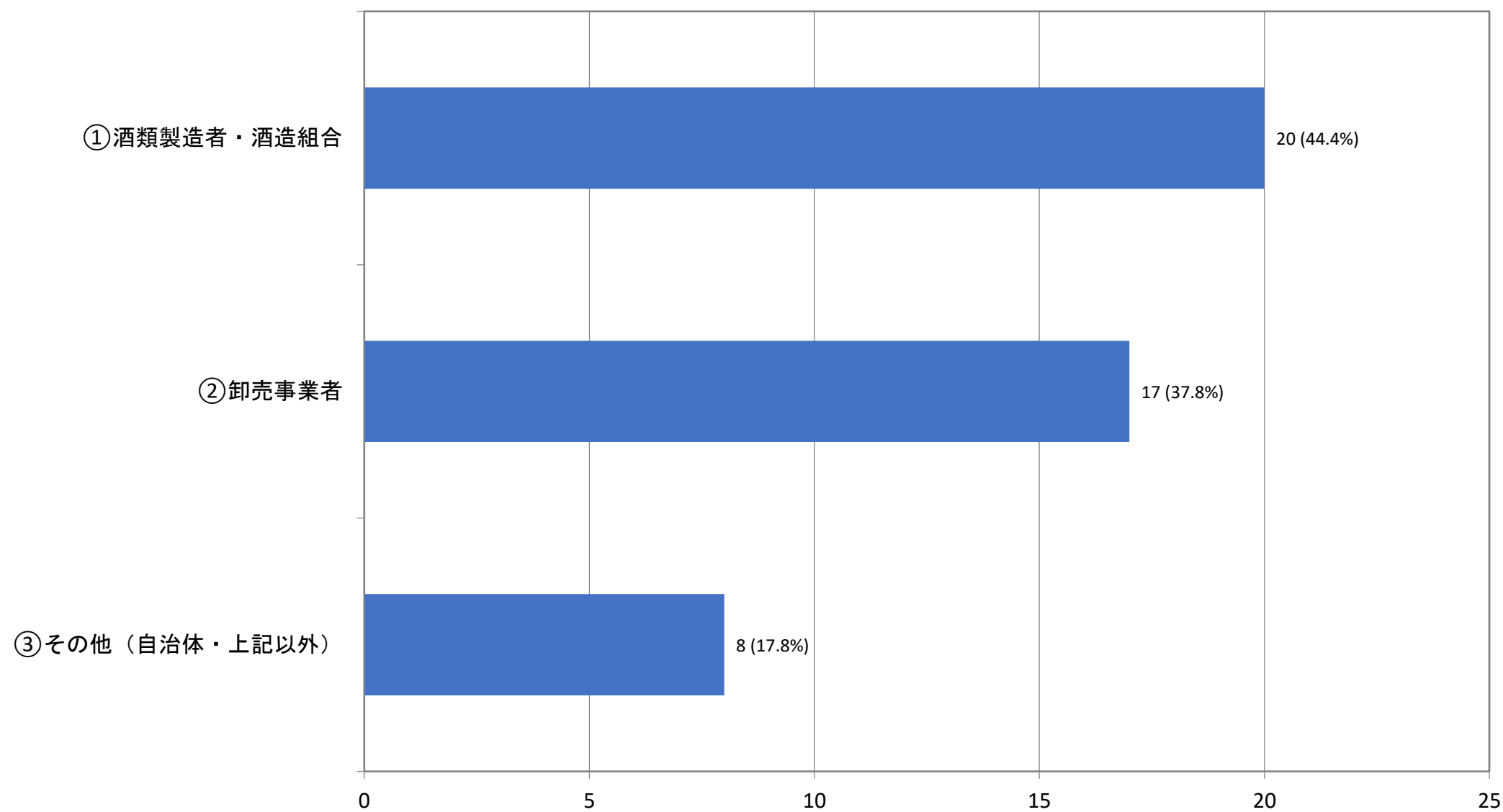
- ・ECサイトの輸出に関する情報のセミナーがあればうれしい。

18. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

▼2022年9月2日（金） セミナー

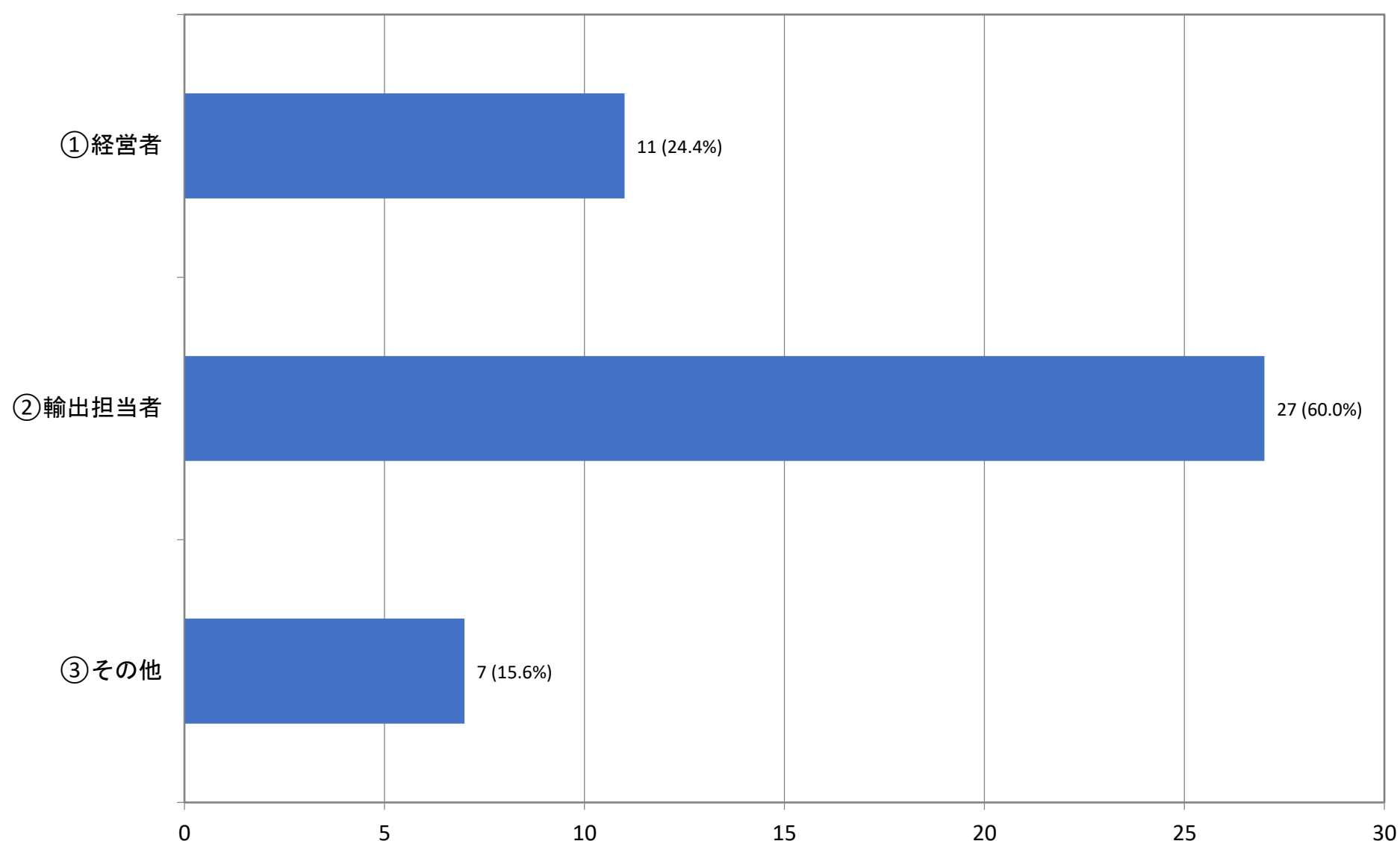
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



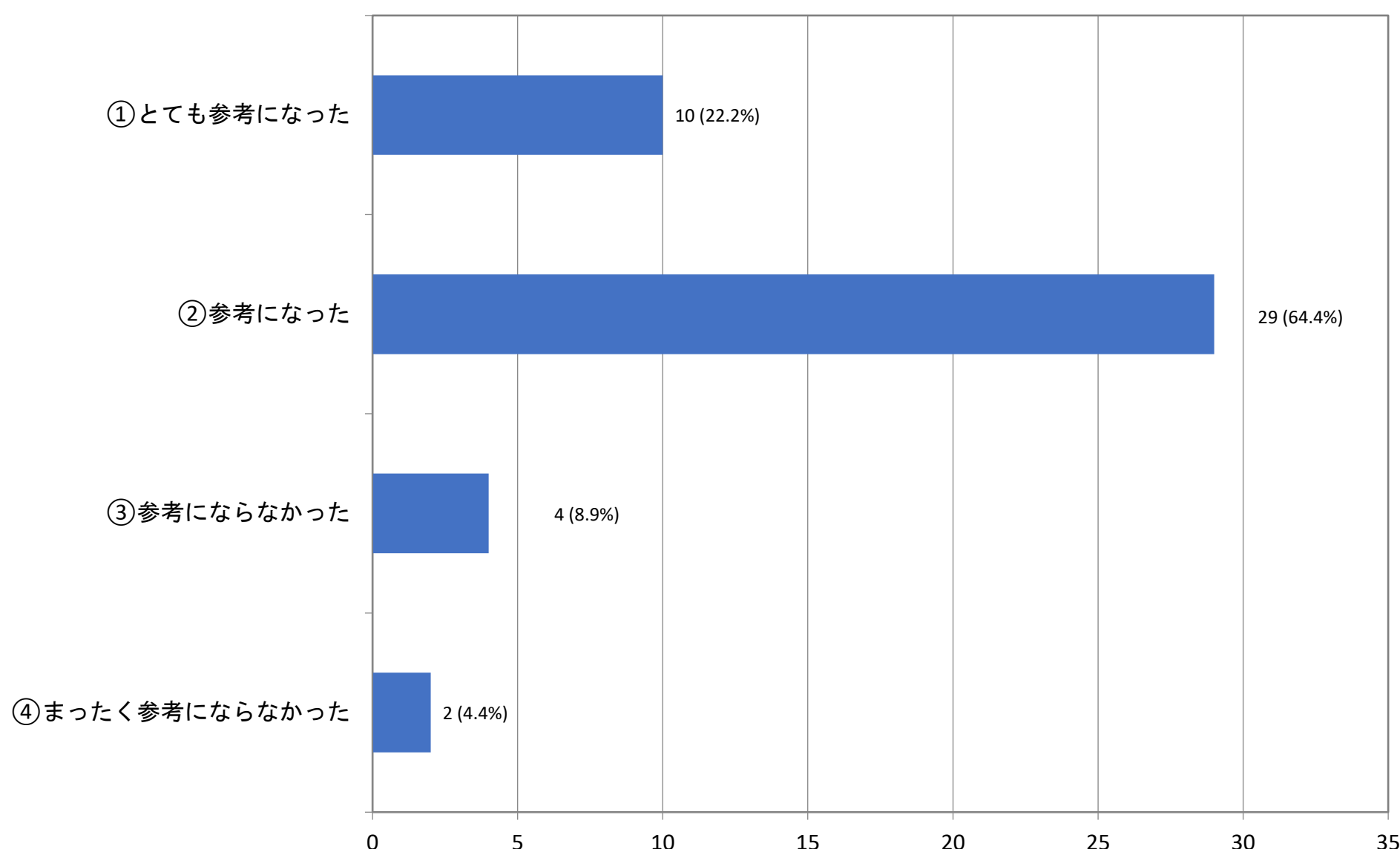
2. 役職を以下よりお選びください

グラフ単位：人



3. ①英国セミナー「日本産酒類の英国市場動向について」（講師：大久保 Dosseur 里美）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・ターゲット層やどうすれば良いか分かり易く説明頂いた。
- ・市場動向や流通、消費者の嗜好、コロナの状況など参考になった。
- ・梅酒の訴求（現地のお肉屋さんでの販売）が参考になった。
- ・焼酎に関して、バーテンダー等が関心を持っているという事を聞いてよかった。
- ・通りいっぺんな感じだった。あまり期待が出来ない市場な感じだったが、事実なのだろう。
- ・音声聞き取りにくいのが残念だった。
- ・現在の状況がよくわかった。

②卸売事業者

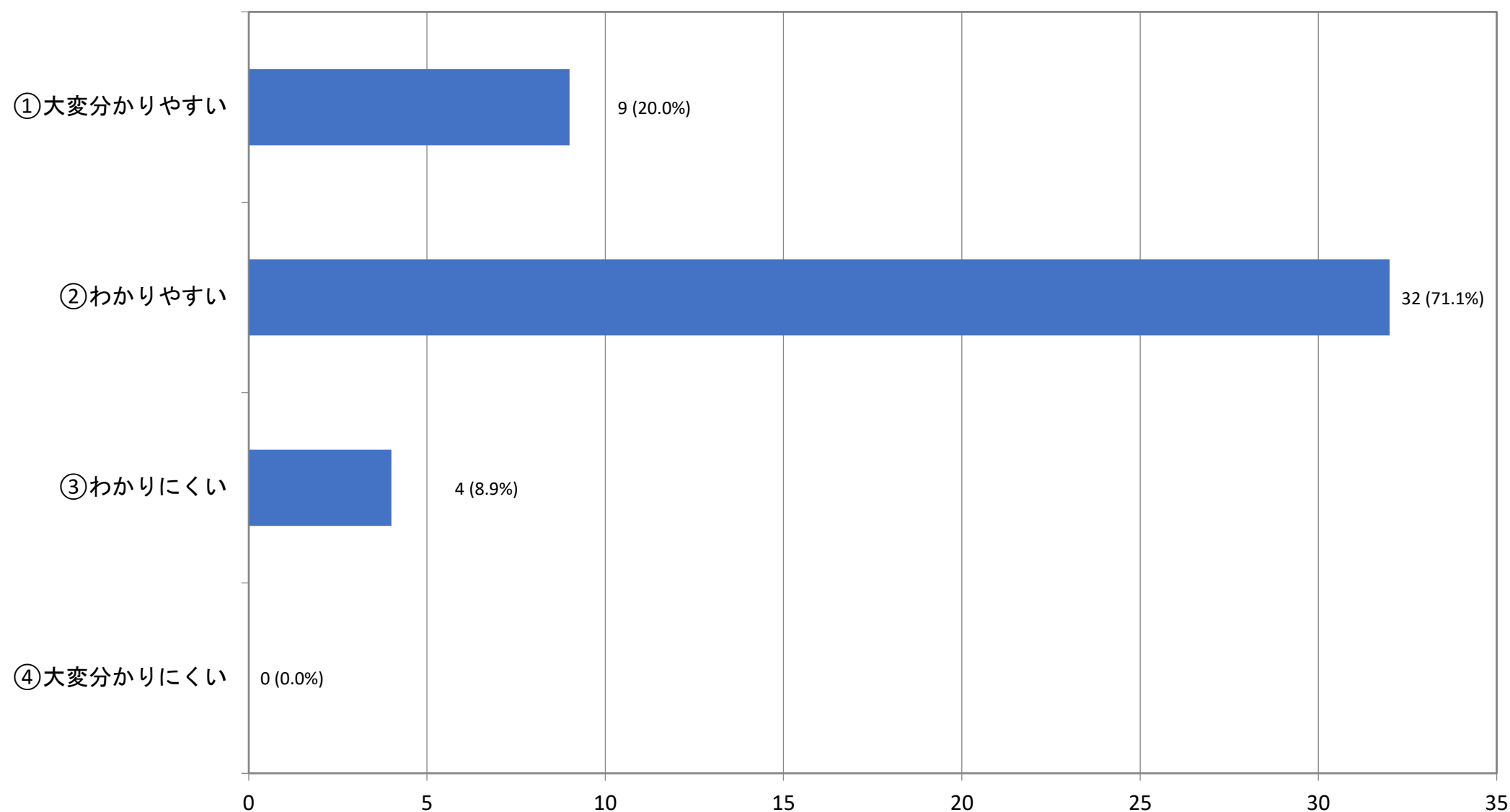
- ・主観的な要素が多く、数値に裏付けされた見解が欲しかった。
- ・セミナーの内容がこの業界で知られている非常に表面的な情報なので、ドイツのように現場の生々しい情報を求めたが、大変残念だった。
- ・Practicalな情報が多く、英国市場初心者には有効だった。
- ・中立な立場でプレゼンに努めていらっしゃることは理解できるが、一般論が多く、Web Siteから入手できる内容が多かった。
- ・900mlサイズの流通が可能になった点が参考になった。
- ・英国のトレンドを理解できた。
- ・ニッチな市場になるが、焼酎・泡盛のハイアルコール市場についてもより深い情報があると助かる。

③その他（自治体・上記以外）

- ・欧州市場の動向を掴むのに大変参考になった。
- ・焼酎の拡大にむけて、日本酒との違いを教育する必要があることや、現状Barで人気はあるため、Bar向け商品の適切な投入などが有効であることなど、戦略が参考になった。
- ・状況の概略を知ることができた。

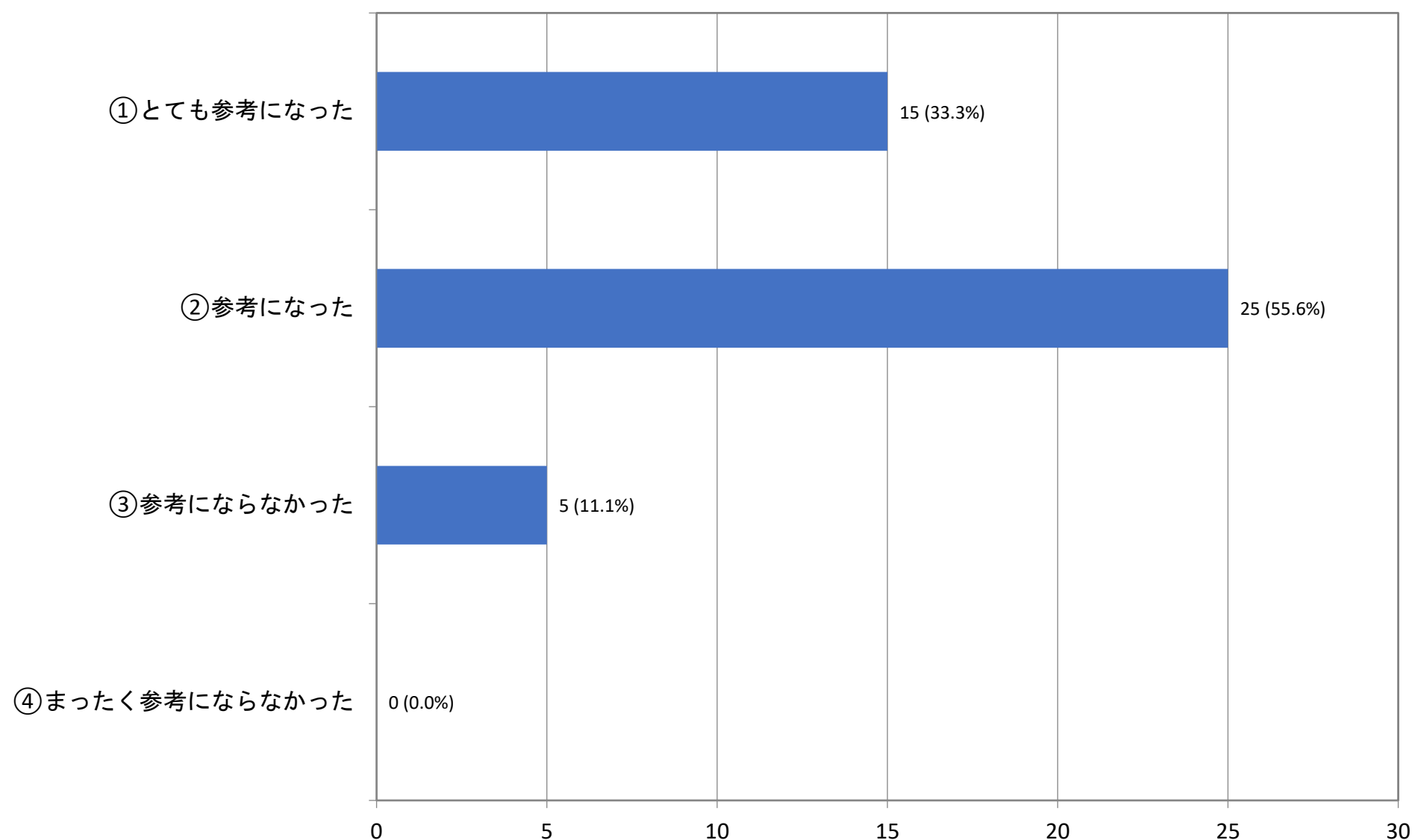
5. 大久保 Dosseur 里美の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. ②台湾セミナー「日本産酒類の台湾市場動向について」(講師：黄 浩烈)
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・ 図などを上手に使い、台湾市場の売り方などすごく勉強になった。
- ・ 市場動向や流通、消費者の嗜好、コロナの状況など参考になった。
- ・ 関税、志向などが参考になった。
- ・ 具体的な事と酒蔵ツアーを絡めた提案が興味深かった。
- ・ ささまざま、具体的な説明で参考になった。

②卸売事業者

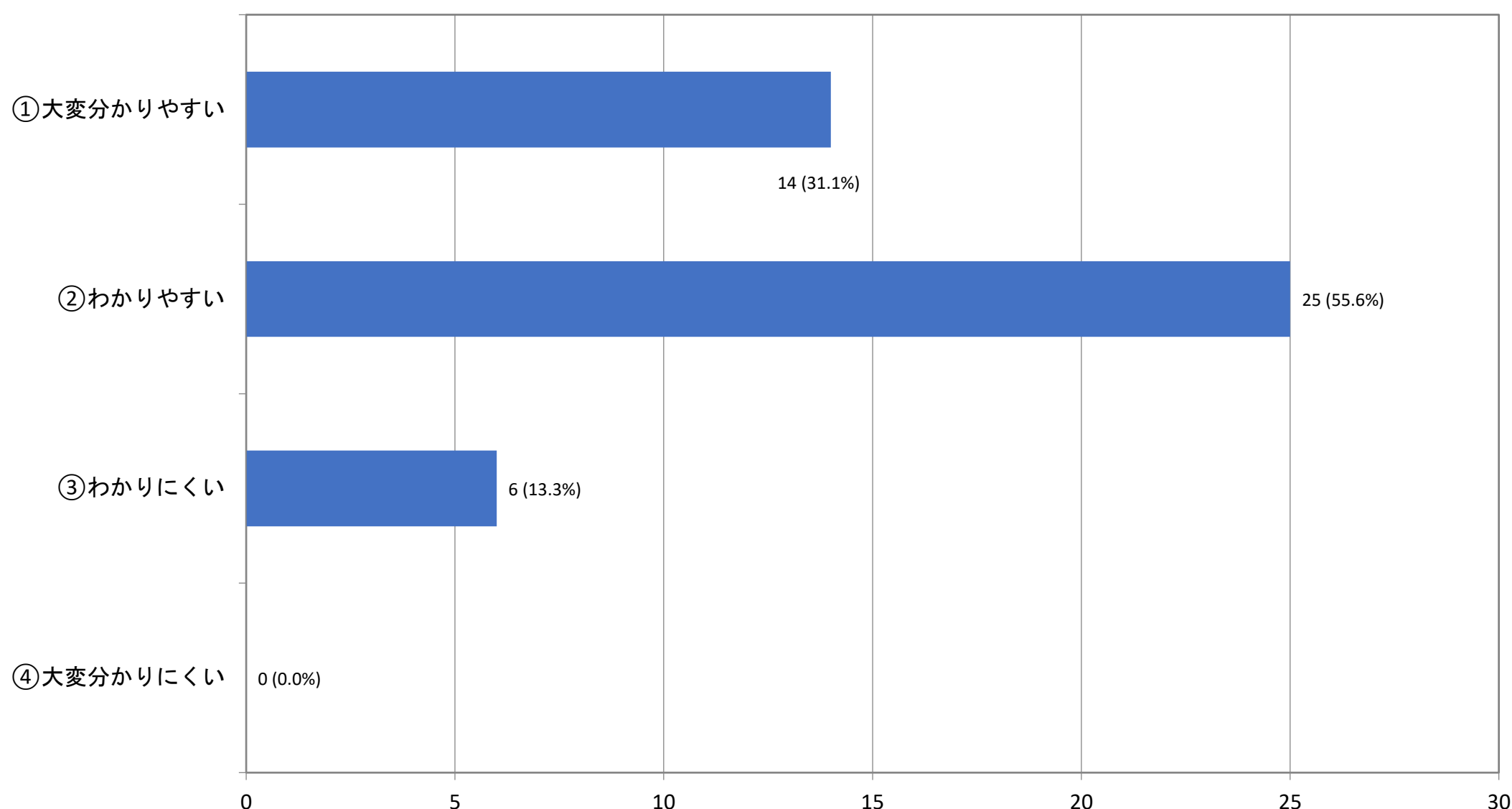
- ・ 実務的な側面にも言及されており参考になった。
- ・ 日本酒・焼酎など多様な日本産酒類がある中で、どの種類の商品が特に人気があるなど具体的な話をお伺いしたかった。
- ・ 参考になるプレゼンだった。スピーカーが話されている重要なテクニカル部分がPPTにないのが残念だった。
- ・ 台湾市場に大きな変化なし、と感じた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・ 現時点では、台湾・香港等アジア圏内をターゲットに『焼酎』をメインに海外バイヤーに紹介している為、現地の消費者動向や、焼酎が何故受け入れられ難いのか？等、詳細な説明が聞けて大変参考になった。
- ・ 品目毎に初心者と愛好家とを分けたターゲティングがなされていた点がよかった。
- ・ 具体的な情報を得ることができた。

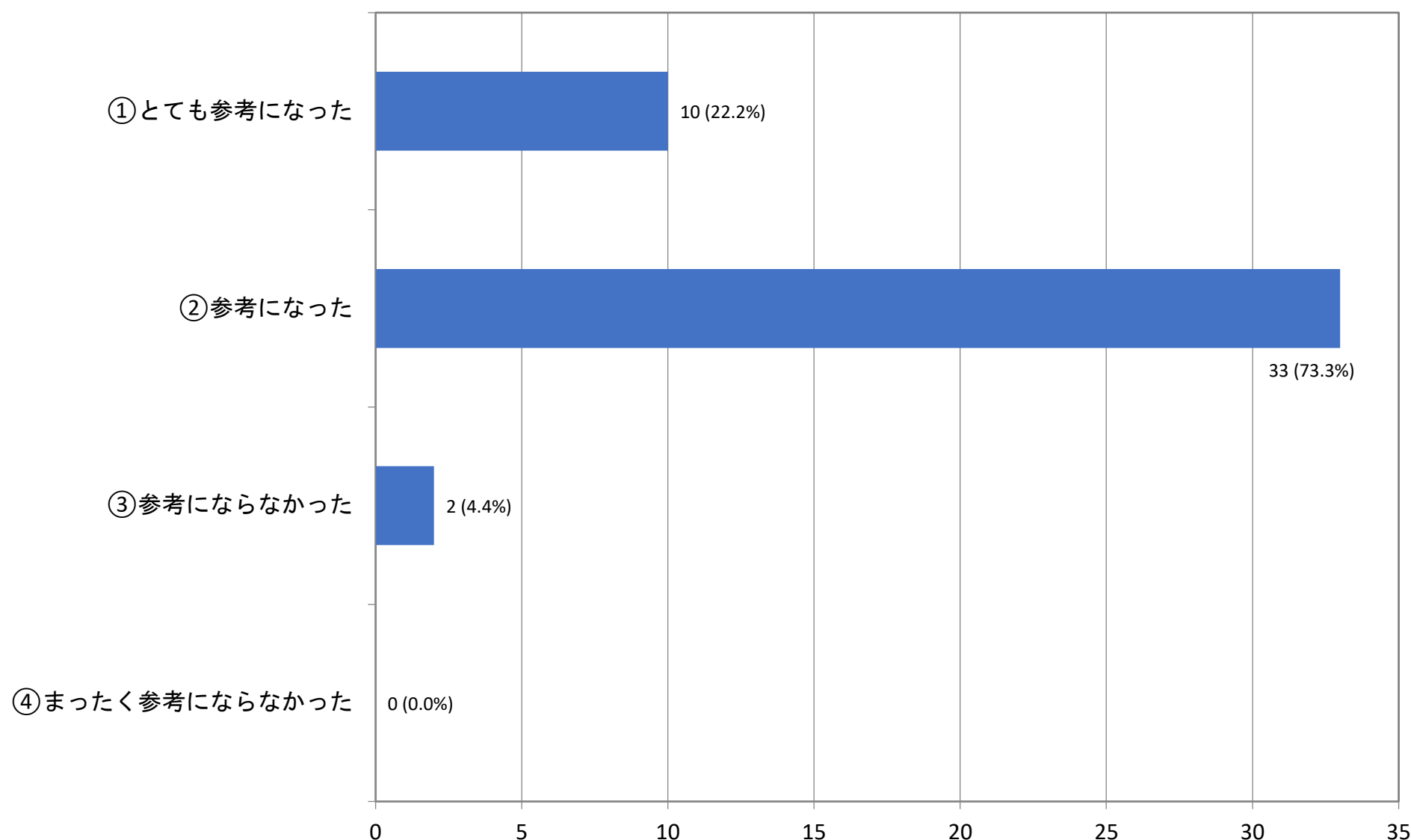
8. 黄 浩烈の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



9. ③ドイツセミナー「日本産酒類のドイツ市場動向について」（講師：Alexander van Hessen）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



10. Q9で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・現地に基づいた説明だったので参考になった。
- ・市場動向や流通、消費者の嗜好、コロナの状況など参考になった。
- ・EC域内でのアルコールの取引と内国税の事、また、間接輸出から直接輸出、小売、レストランとの直接取引が増えている事が印象的だった。
- ・まだ、あまり期待できない市場という事が判った。

②卸売事業者

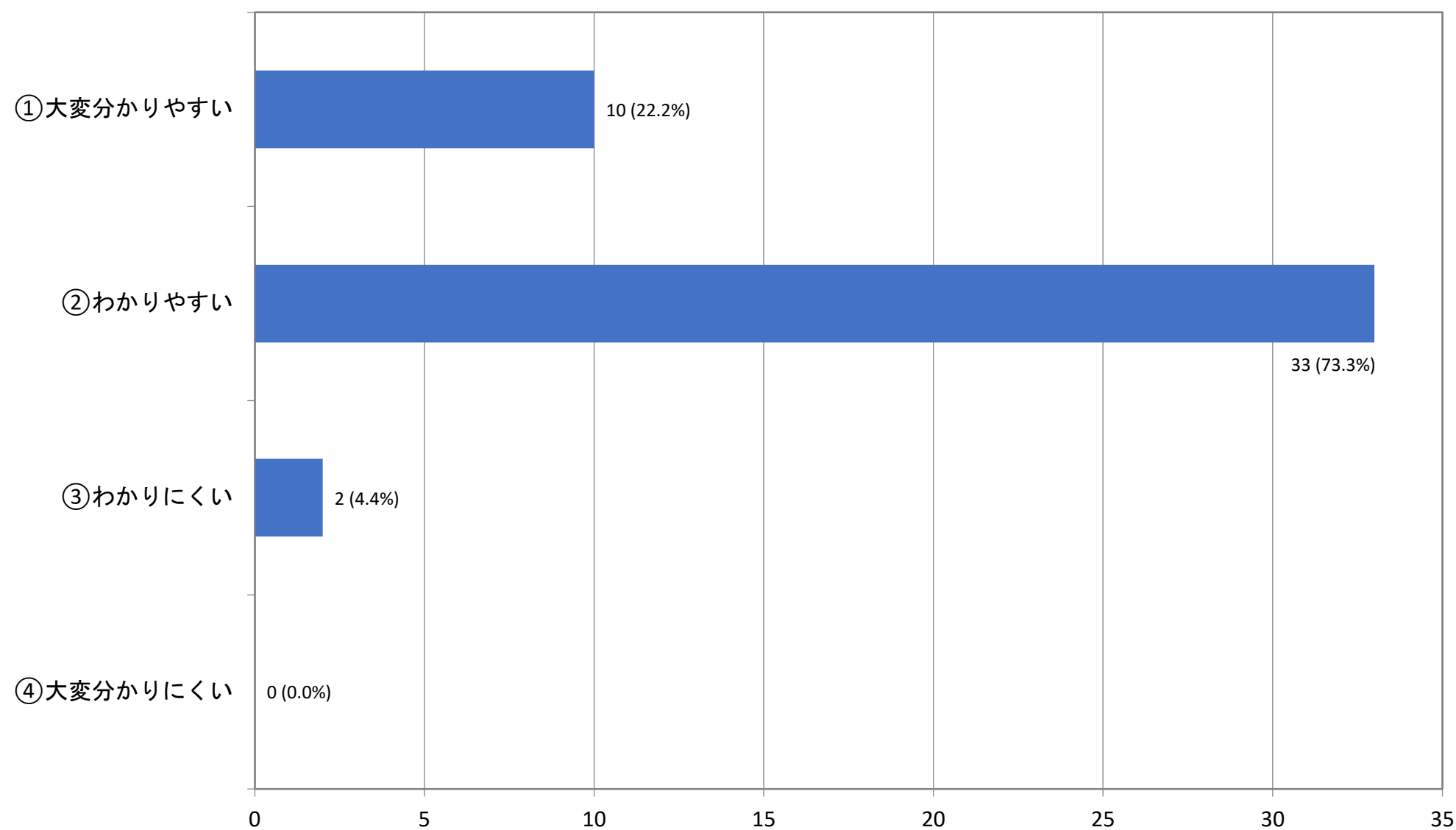
- ・直接的に弊社取り扱い国とは想定していないが、国際的な動向などを知る上で参考になった。
- ・ドイツの各都市の飲食店の状況、非英語圏のヨーロッパで日本のお酒の販売の難点、船賃の高騰、ドイツで欠品によるレストランのメニューへの影響、ドイツから隣国の転売など、現場の生々しい情報を頂き大変勉強になった。
- ・特に知りたい酒類輸入のビジネスモデルにつき詳しい説明があった。
- ・輸入地側での詳しい事情については日本側では情報収集が難しいため、ドイツ以外の近隣国の事情についてもお伺いしたいと思った。また、法規制等はある程度情報収集可能なため、それ以外の現地輸入者側で取得すべきライセンス等について情報提供いただけると有難い。
- ・統計上は輸出が回復しているように見えるが、まだ、海上運賃が影響している部分もあるのかな、と感じた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・業界が飽和状態であること。EU域内であっても国間の移動に際し関税がかかり、業者負担が増すことが参考になった。
- ・具体的な情報を得ることができた。

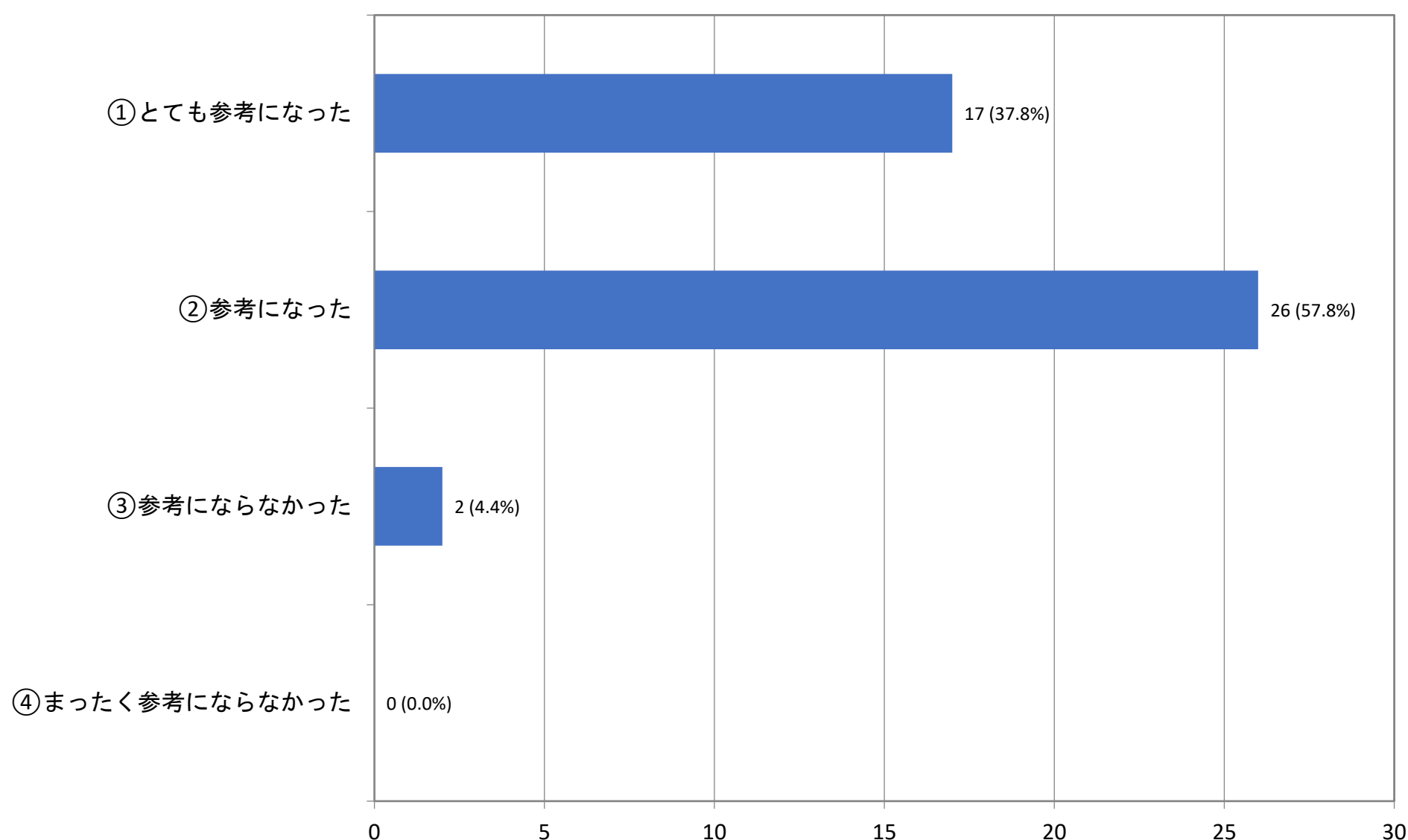
11. Alexander van Hessenの説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



12. ④香港セミナー「日本産酒類の香港市場動向について」(講師：Alvin Du)
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



13. Q12で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・目新しい情報がなかった。同日の4ヶ国の中では最も日本産酒類の輸出金額や輸出している事業者が多い地域故に、今回の内容よりも踏み込んだ情報に期待していた。
- ・分かり易く説明がしてあったので良かった。全体を通して海外の人の資料を日本側で翻訳したと想像している。蔵元の図などに統一性があり、特に見やすかった。ただ、心配なのは、それぞれの発表者が発言していることが翻訳者の都合で伝わらない部分もあると思うのでファイルも英語バージョンも提供して欲しい。翻訳が間違っていると言う間違い探しではなく、英語でこんな表現方法があるんだと知りたい。
- ・市場動向や流通、消費者の嗜好、コロナの状況など参考になった。
- ・並行輸入業者が増えている事が印象的だった。
- ・すでにマーケットがある程度成熟しているのがよくわかった。税金や輸入のシステムなど、参考になった。
- ・現地での趣向、状況がたいへんよく理解できた。

②卸売事業者

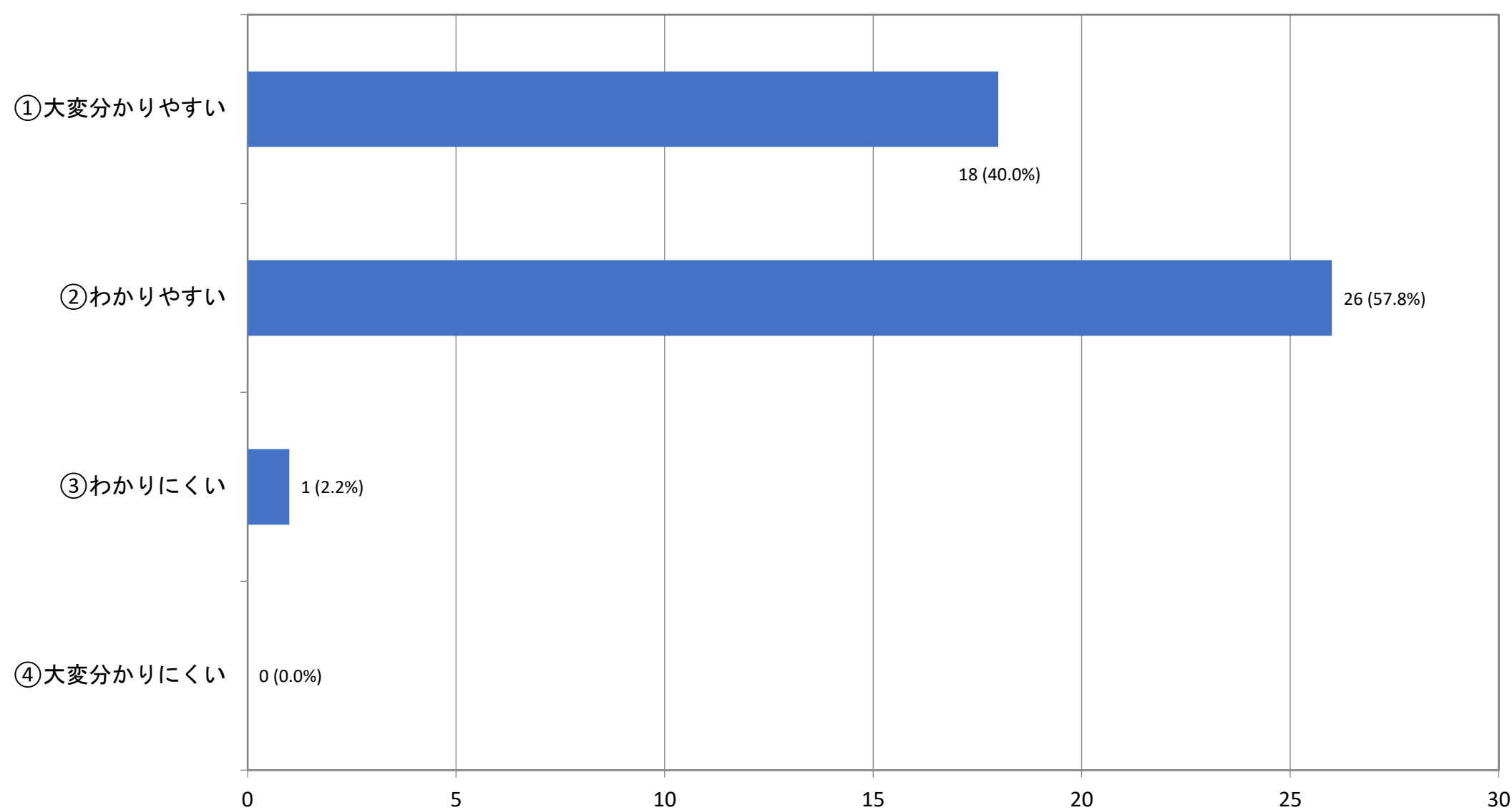
- ・流通につき多くの情報があった。
- ・並行輸入業者の存在（シェア40%）など香港現地の実情を聞いて大変参考になった。
- ・昨年あたりから、並行輸入者からの引合が山のように届いているが、今や香港の輸入者の大部分が並行輸入者だと聞き、腑に落ちた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・自由市場において並行輸入と戦わなければならない難しさや、教育やプロモーションコストを代理店が負担する一方で、並行輸入業者の低価格（低品質）に劣らないサポートを検討する必要がある点が参考になった。
- ・具体的な情報を得ることが出来た。並行輸入の問題点と必要な対策についての意見を聞くことができた。

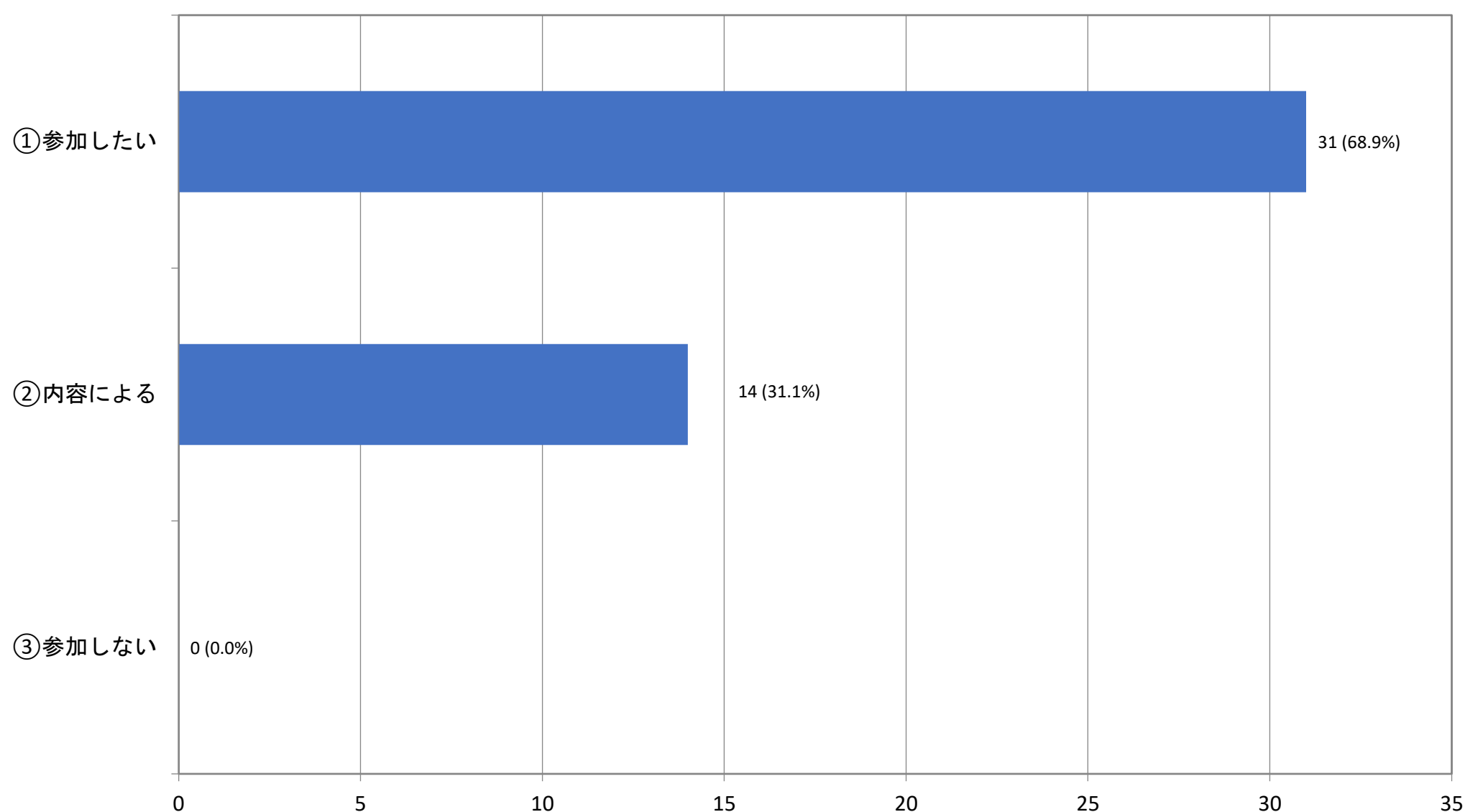
14. Alvin Duの説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



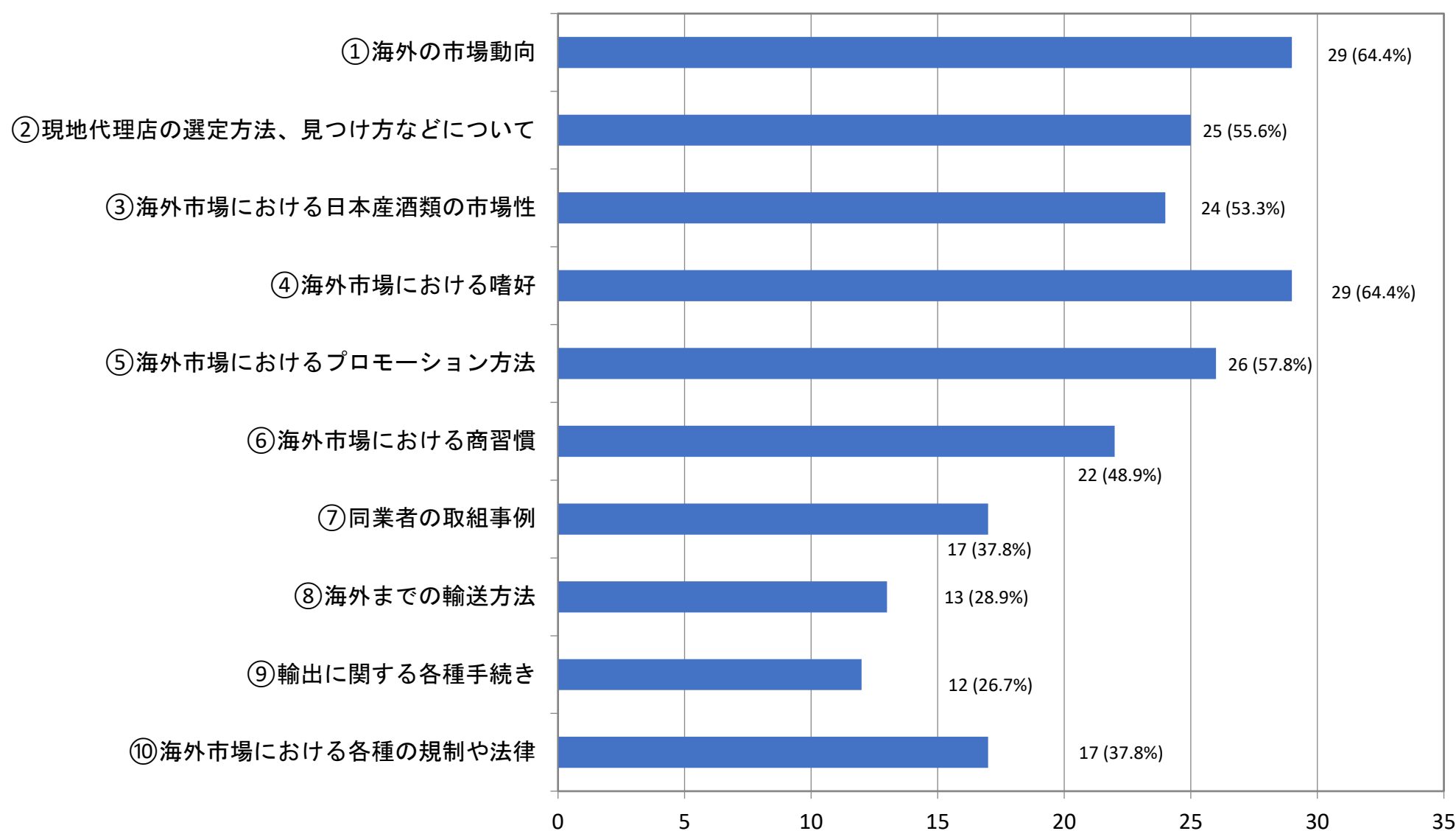
15. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



16. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



17. Q16に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

・日本産酒類輸出促進コンソーシアム・国税庁・ジェトロ・JFOOD0・日本酒造組合中央会などが独自でいろいろな施策を展開して頂いているが一堂に会してお互い何を今後するのか披露する場を作りたい。

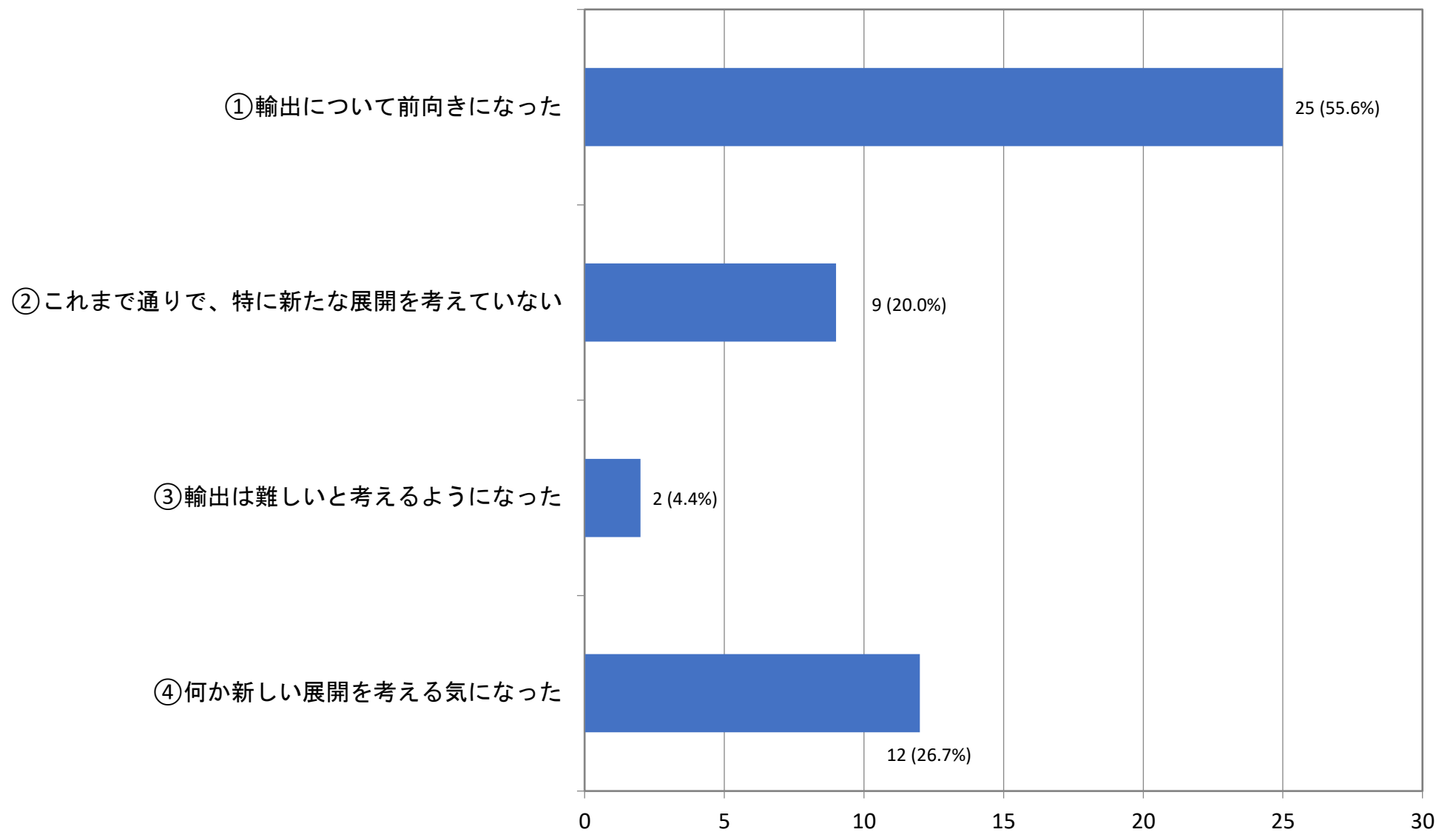
・全体的に日本酒メインになっている感触なので、日本ワイン(その他の酒類)も、もう少し取り上げて欲しい。

② 卸売事業者

・今回は日本産酒類全般としてのセミナーだったが、それであればどうしても総花的な内容になっている印象があり、できれば日本酒なら日本酒といった項目ごとにテーマとしていただくとより深いお話が聞けると感じた。

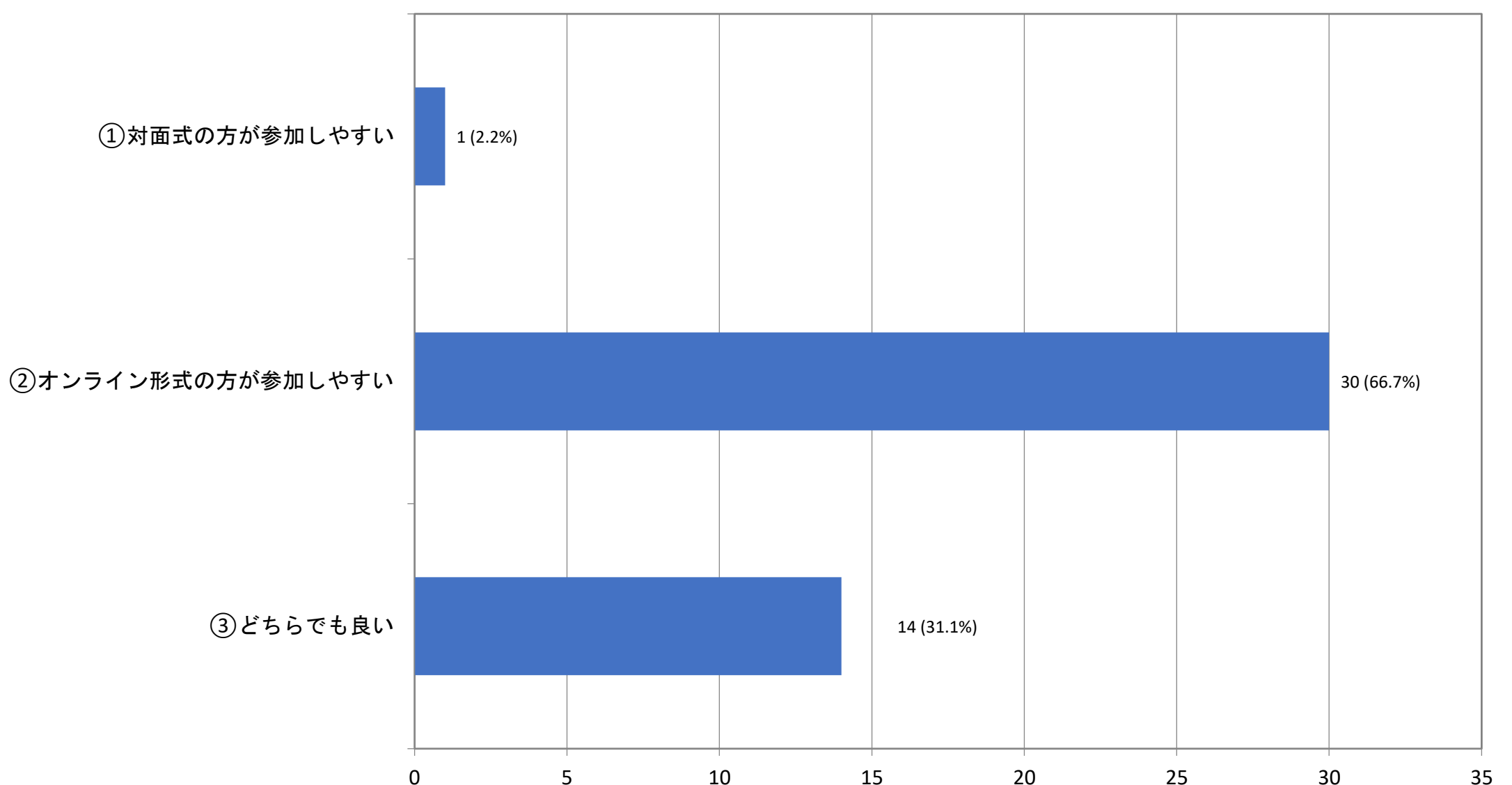
18. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



19. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



20. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・日本商社を介さない現地企業との商談会（日本の商社を通すことを望んでいない先もある）。
- ・どのような市場や売り場で日本ワインが入っていきやすいか、どのような商品、価格帯と競合しているか、どう改善しアピールすればよいかなど具体的に教えて頂けると輸出向けの商品開発に役立つと思う。
- ・輸出手続き。

②卸売事業者

- ・実務的な手続き方法や、輸入商社が講師となるような、より日本産酒輸出の実務に向けたセミナー。
- ・オンラインでの各国輸入卸業者とのマッチング商談会、特にアクセスが難しい中国市場との開催があれば助かる。
- ・Web商談会の頻度を上げていただきたい。

21. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・日本人ではなく、現地のエキスパートから見た日本産酒類の話をして欲しい。バラ色の話ではなく、現実の話をしてもらい、バラ色にするためには何が必要かを話すような内容の話を聞きたい。
- ・全体的に日本酒メインになっている感触なので、日本ワイン(その他の酒類)も、もう少し取り上げて欲しい。

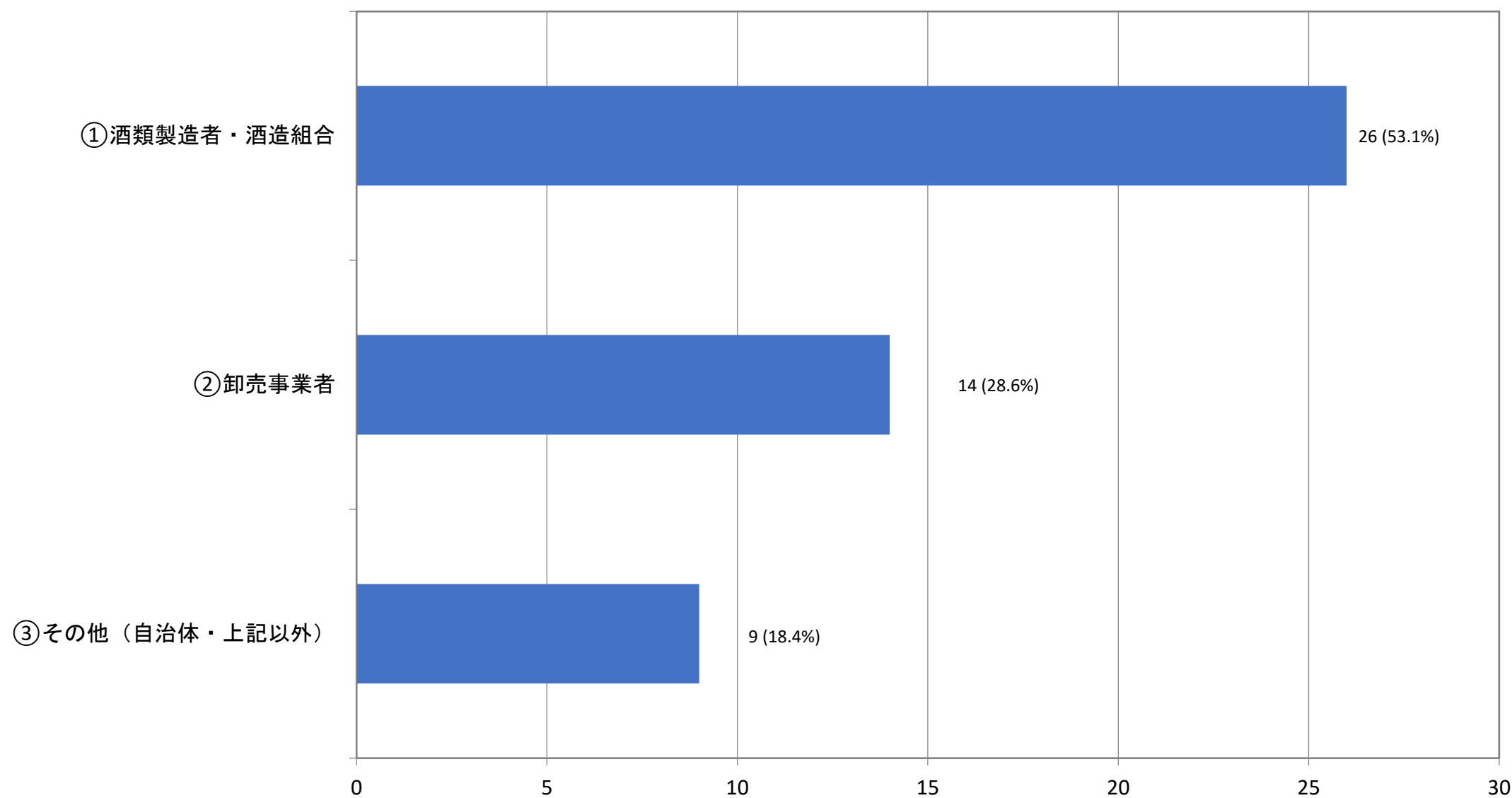
②卸売事業者

- ・知りたかった内容、対象国だったのでとても役にたった。1日に4コマは時間的に長い（業務もあるため）ので日を分けて頂くほうがよかった。

▼2022年9月5日（月） セミナー

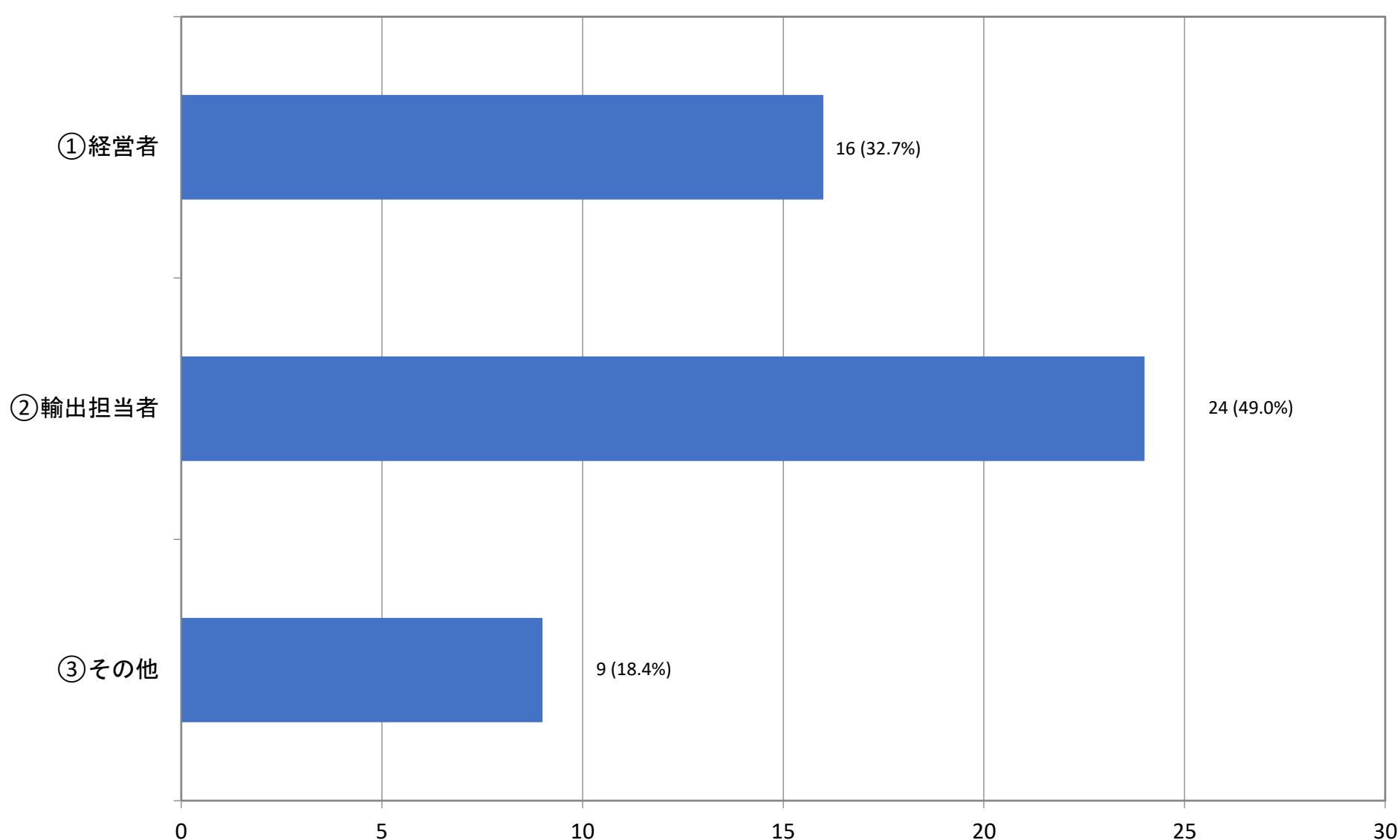
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



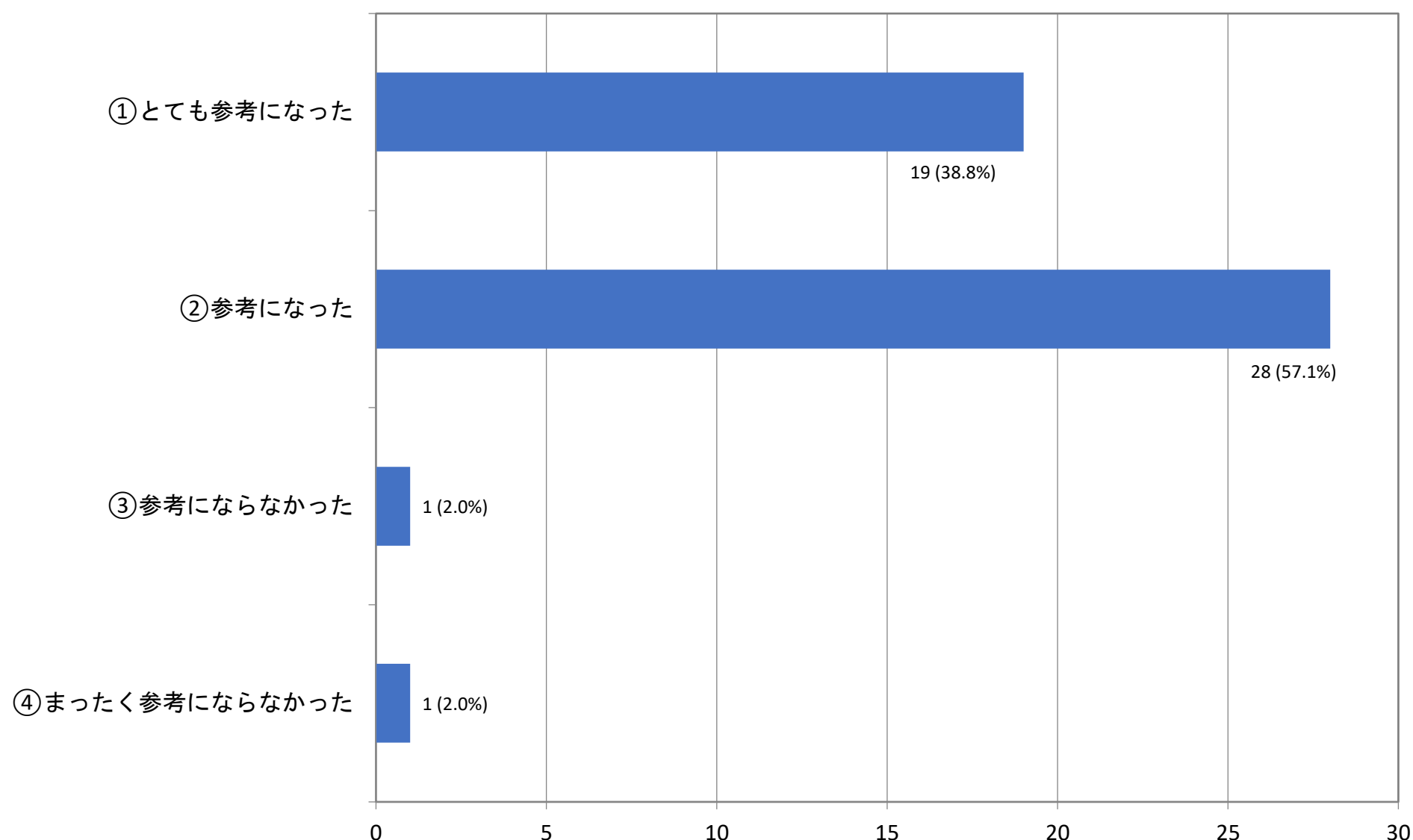
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. ①フランスセミナー「日本産酒類のフランス市場動向について」（講師：Sylvain Huet）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・市場の小ささの再確認、商談時の具体的なテクニックが参考になった。
- ・先ずは飲みやすく特徴のあるタイプが良いという事が分かった。
- ・商品や市場のトレンド等わかりやすく説明いただいた。
- ・現地の現状を知ることができた。

②卸売事業者

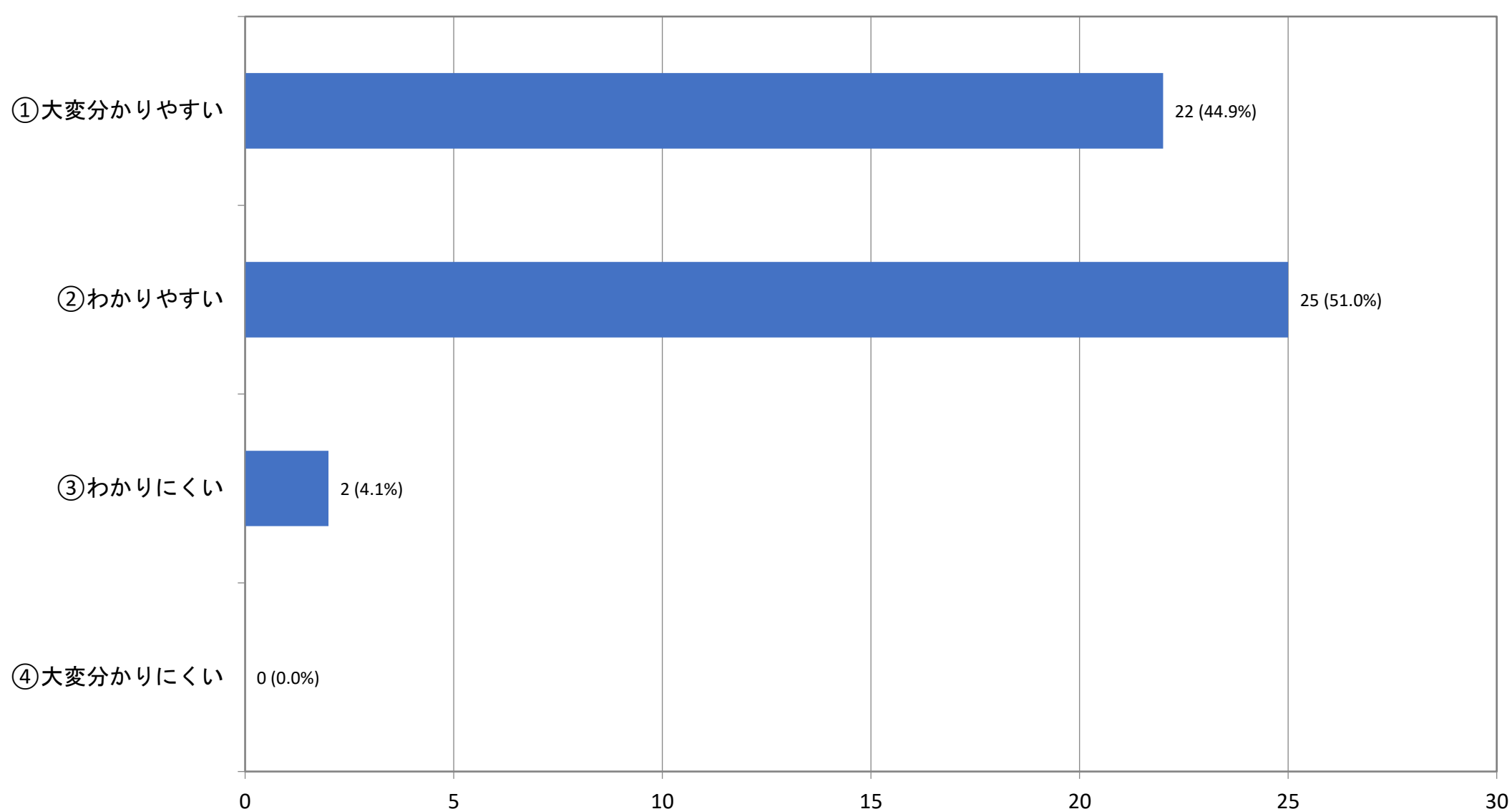
- ・現時点では欧州市場はターゲットにしていらないが、日本産酒類のフランスでの動向を知ることが出来たし、日本産酒類のワインに次ぐ可能性も知ることが出来た良いセミナーだった。
- ・商談会の進め方、特にピッチの考え方につき実践的なアドバイスがあり参考になった。
- ・フランスでの日本酒販売は、日本でのワイン販売と似ていて重なると思い、講師の方の説明が良く分かった。
- ・最後の「チャンスを最大に生かす準備について」再認識できた。
- ・展示会出展のアイテム選定や準備資料の作成方法についての説明が大変参考になった。
- ・フランスの商談会で注意すべき点を詳しく教えてもらった。
- ・フランスの消費者嗜好が理解できた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・フランスの酒類市場やセールストークの考え方などが参考になった。
- ・フランスでの日本酒市場のトレンドを各種データと共にご説明いただき、大変よく理解できた。
- ・Salon du Sake以外の展示会情報もいただけると更に有用だった。
- ・現地実績のコメントを頂いた。
- ・商談会でのPR方法がわかった。
- ・商談への準備、臨み方までレクチャーされており、配慮がいきとどいたセミナーであると感じた。

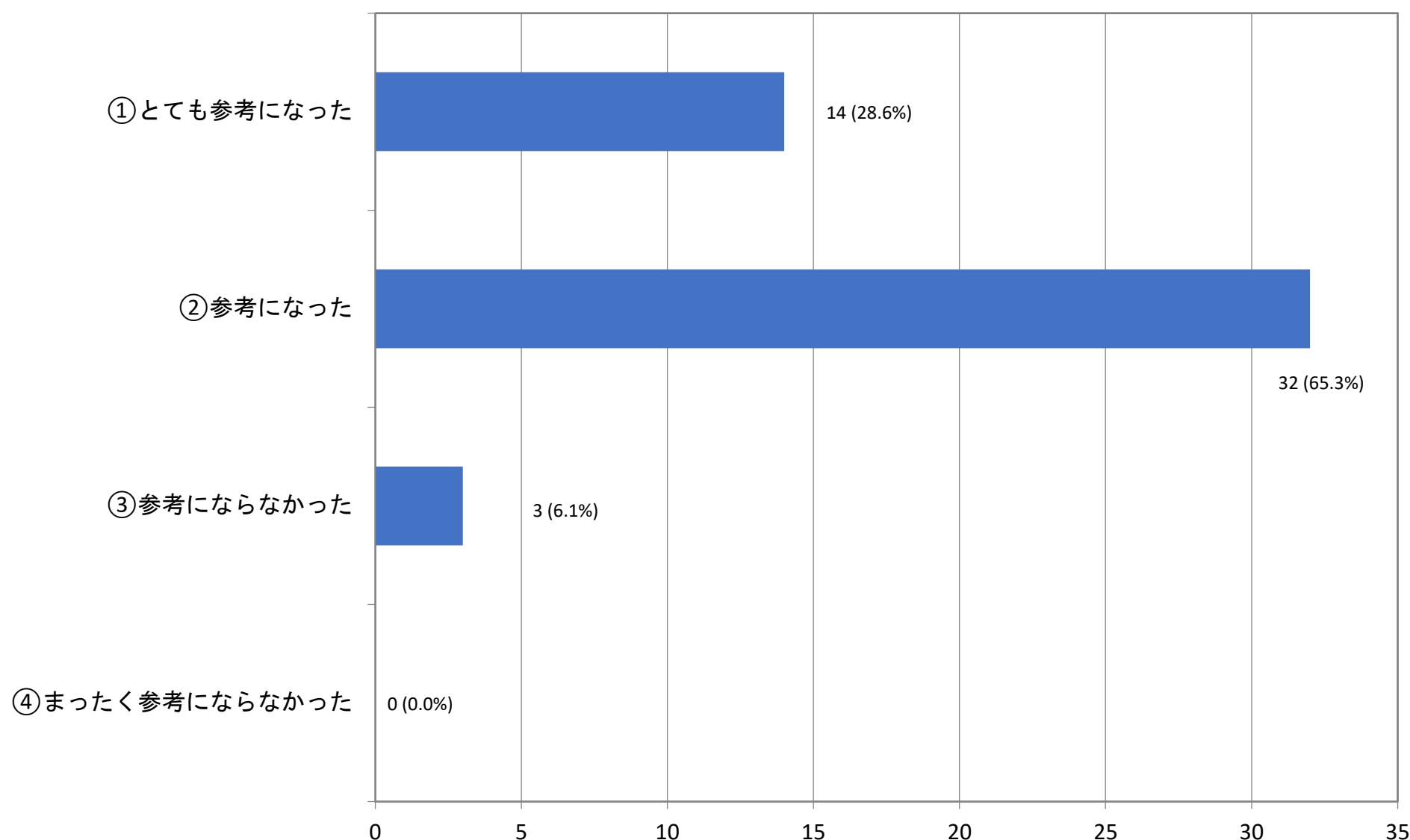
5. Sylvain Huetの説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. ②中国セミナー「日本産酒類の中国市場動向について」（講師：李鵬）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・実感なさっていることだと思うので参考になった。
- ・焼酎はまだまだ認知度が低いという事と、更なる啓蒙活動が必要である事が分かった。
- ・内容自体には目新しさを感じなかった。
- ・中国は輸出できないので、残念。

②卸売事業者

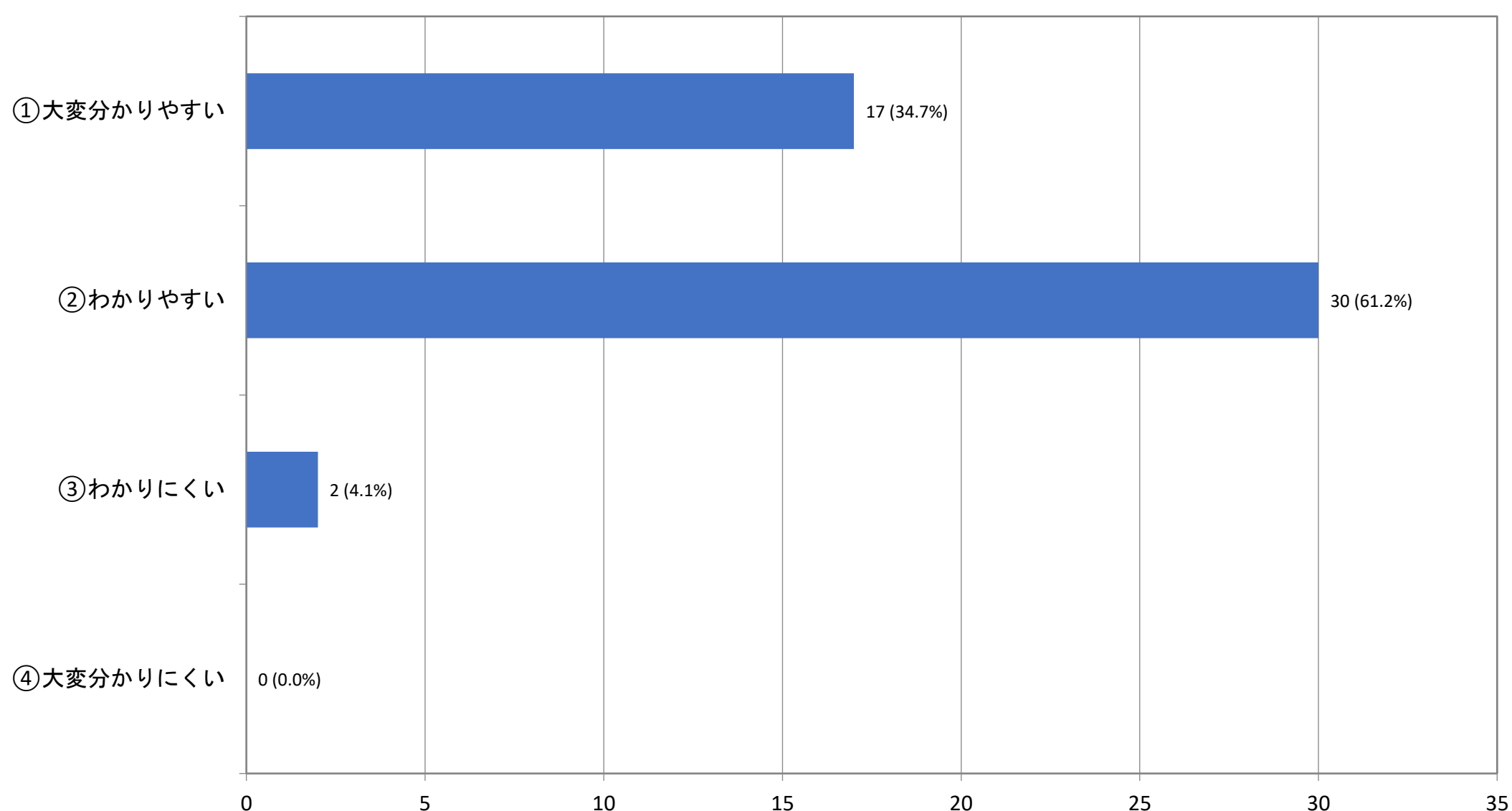
- ・アジア市場はターゲットにしているもので、中国市場の詳細が聞け、『白酒』が強すぎる為、日本の焼酎が受け入れられ難い理由についても知ることができた。中国へのPR方法を蔵元と共に研究していく必要性も多分に感じた。
- ・中国に関しては全くの初心者なので消費者のペルソナやマーケティングチャネルなどの情報が有用だった。
- ・中国現地のお客様の言っていることそのままだった。中国でも知られているような有名銘柄でないオフラインはもちろんオンラインでのプロモーション必須ということで、プロモーションにかかる費用を考えると、輸出の難しい国になってしまった感がある。
- ・全般的に解説が詳しく具体的で、大変参考になった。
- ・中国の酒類市場のあらすじと日本酒類販売の現状の極めて詳しい説明だった。特に中国のマーケティングチャネルと地域の潜在市場の紹介がよかった。今後も李さんのセミナーを聞きたいと思う。
- ・中国の酒類状況の把握に繋がった。
- ・中国市場の地域性や成長見込み地域を詳しく説明してくれた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・ 中国の酒類市場の雰囲気や甘口嗜好など大変参考になった。
- ・ 中国の市場動向と焼酎の可能性がわかった。
- ・ 中国の巨大市場に対する分析が参考になった。特に所得、地方などターゲットとすべき層に対する分析がわかりやすく説明された点がよかった。現在計画されている商談やプロモーションについて、狙いや期待される効果等わかりやすく説明されていた。

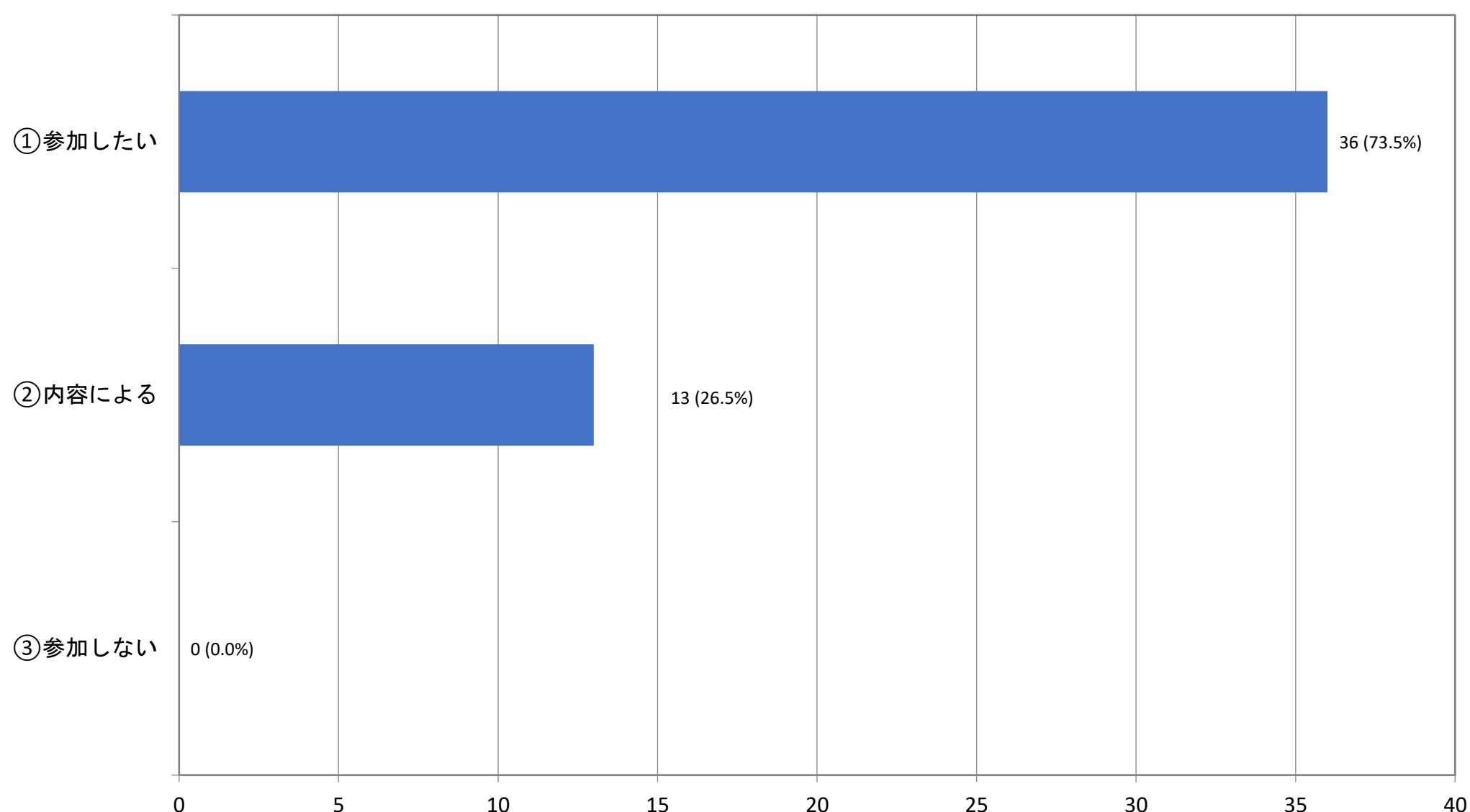
8. 李鵬の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



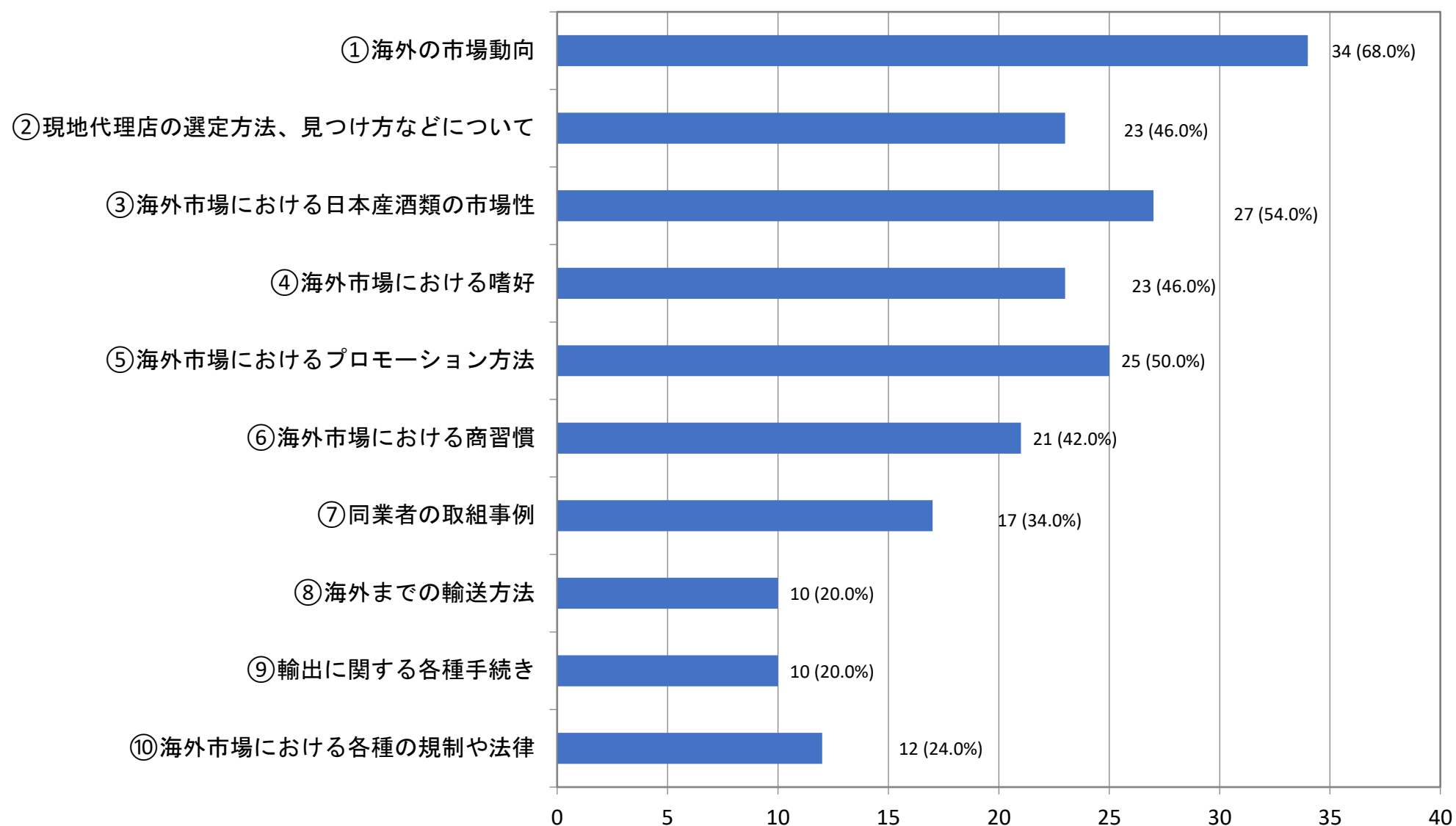
9. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

グラフ単位：人



10. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



11. Q10に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

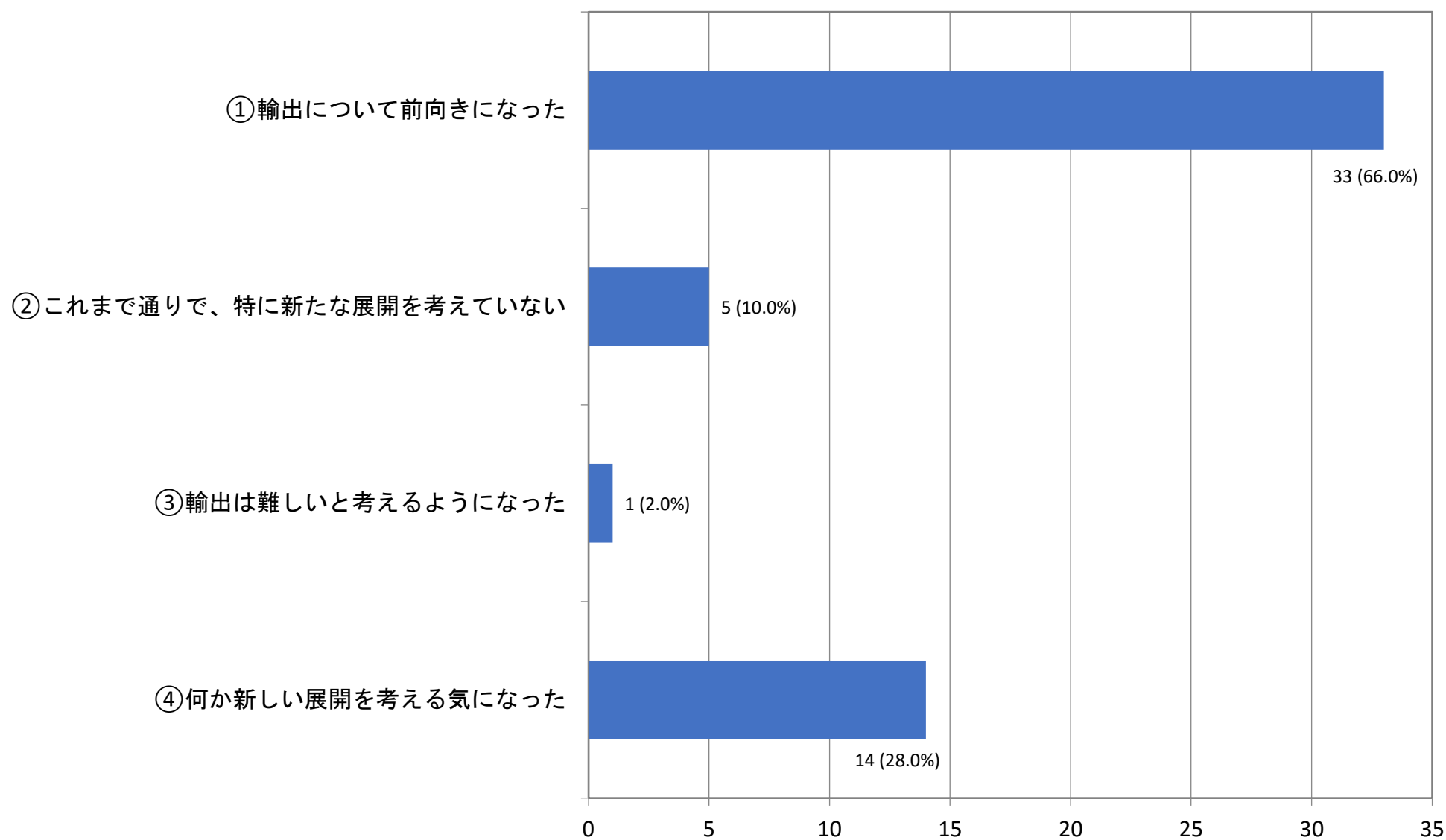
- ・ 輸出に取り組む同業酒蔵の話を聞きたい。できたら、小規模酒蔵の話を聞けたら参考になる。

② 卸売事業者

- ・ 日本産酒類を海外に販売して行く事業は開始したばかりのため、販路開拓に向けた内容に関するセミナーを希望したいと思う。

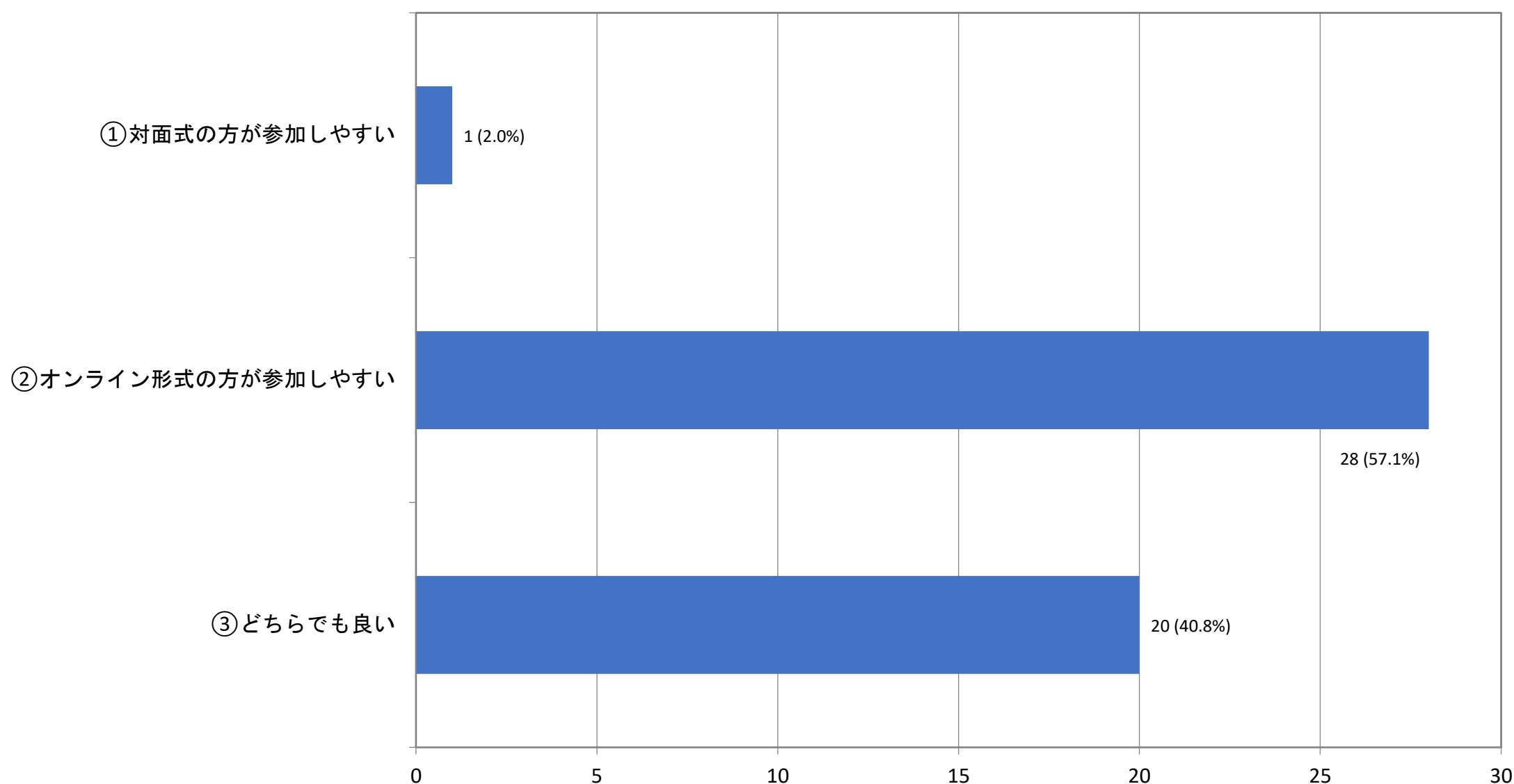
12. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



13. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



14. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

②卸売事業者

・これから中国輸出を検討している、メーカーに対して中国輸出企業登録の手順やRCEPについてのセミナーがあればいいなと感じた。

15. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

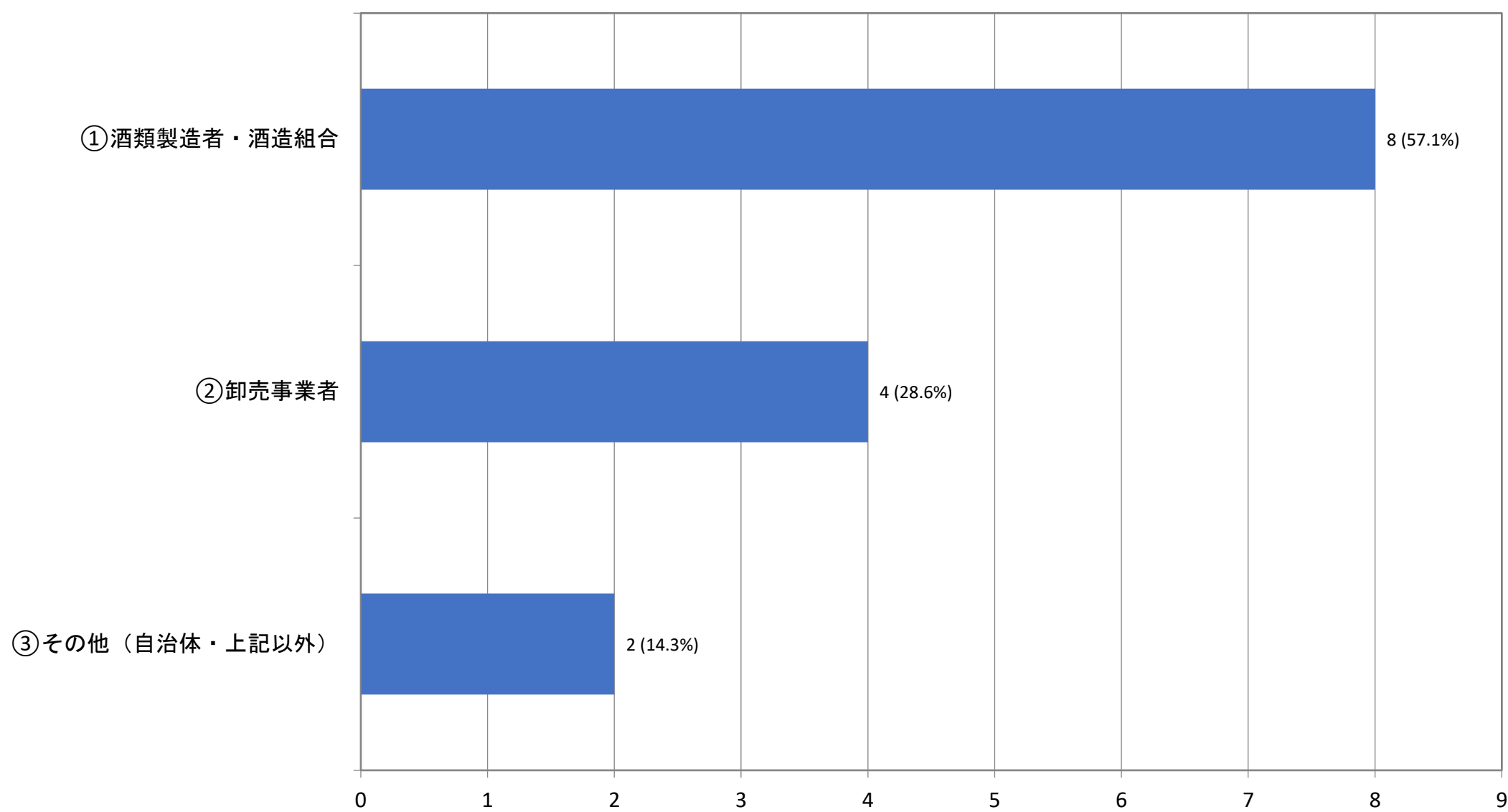
①酒類製造者・酒造組合

・有益なセミナーに感謝。いつか翻訳を文章ではなく、吹替えにしていただけたらありがたい。
（翻訳も有り難いが）

▼2022年9月22日（木） セミナー

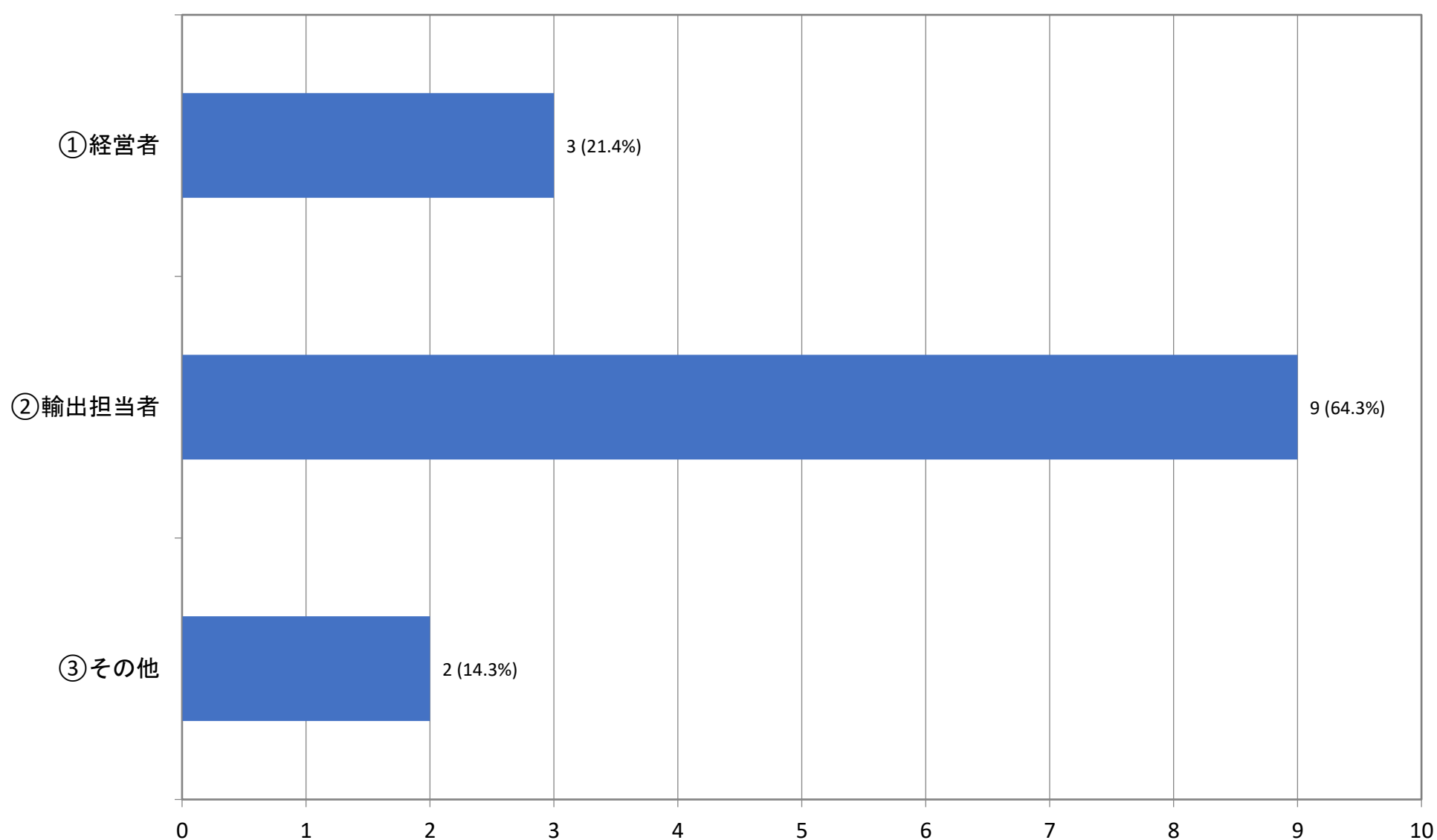
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



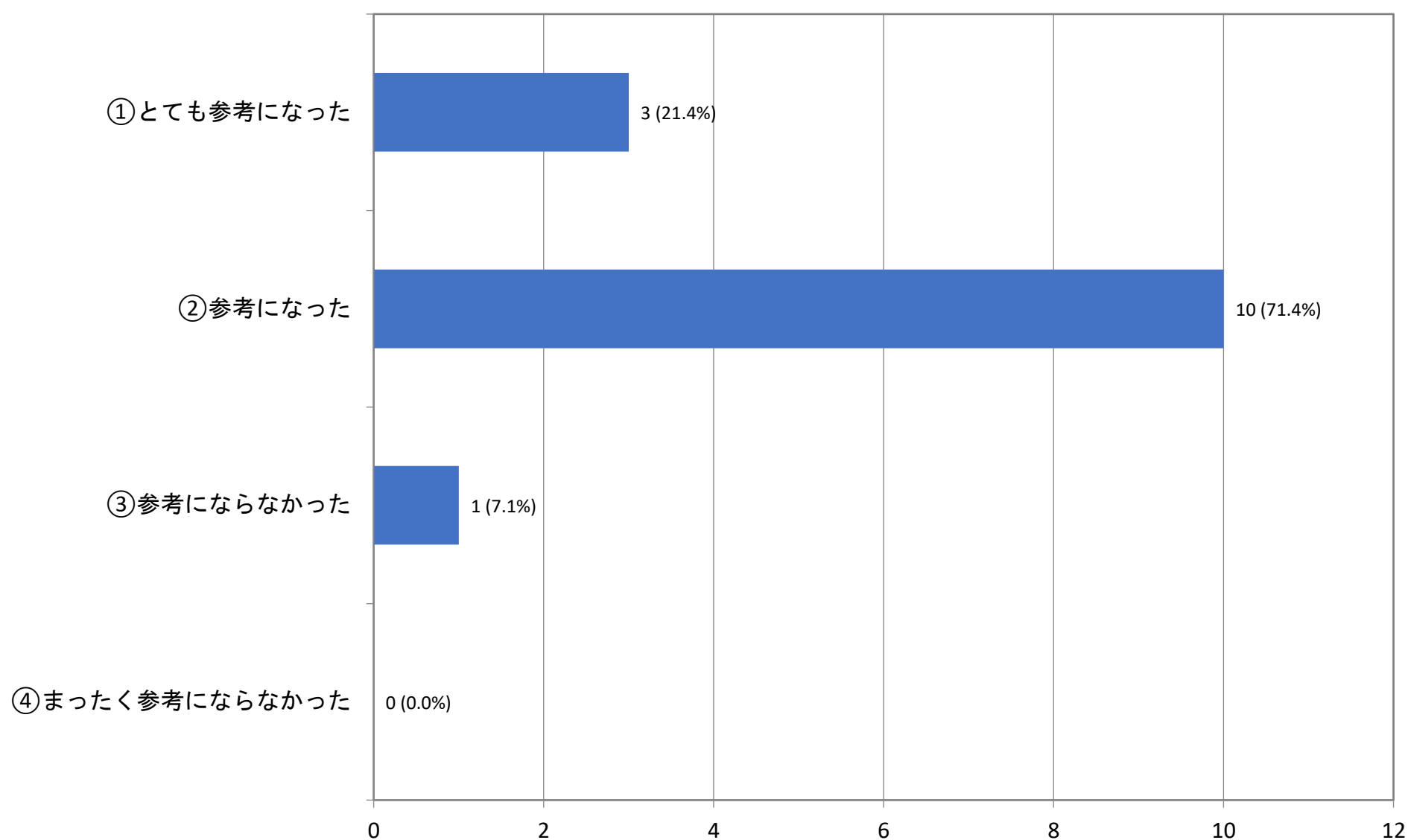
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. Adrian Goh (エイドリアン・ゴー) 「日本産酒類のシンガポール市場動向について」
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・これまでの流通ルートとは違うルート（小売、レストランが日本や香港から直接輸入する）が興味深かった。今後の新しい拡販として考えられる。
- ・酒類毎の売るための特徴や税金の詳細が理解できた。

②卸売事業者

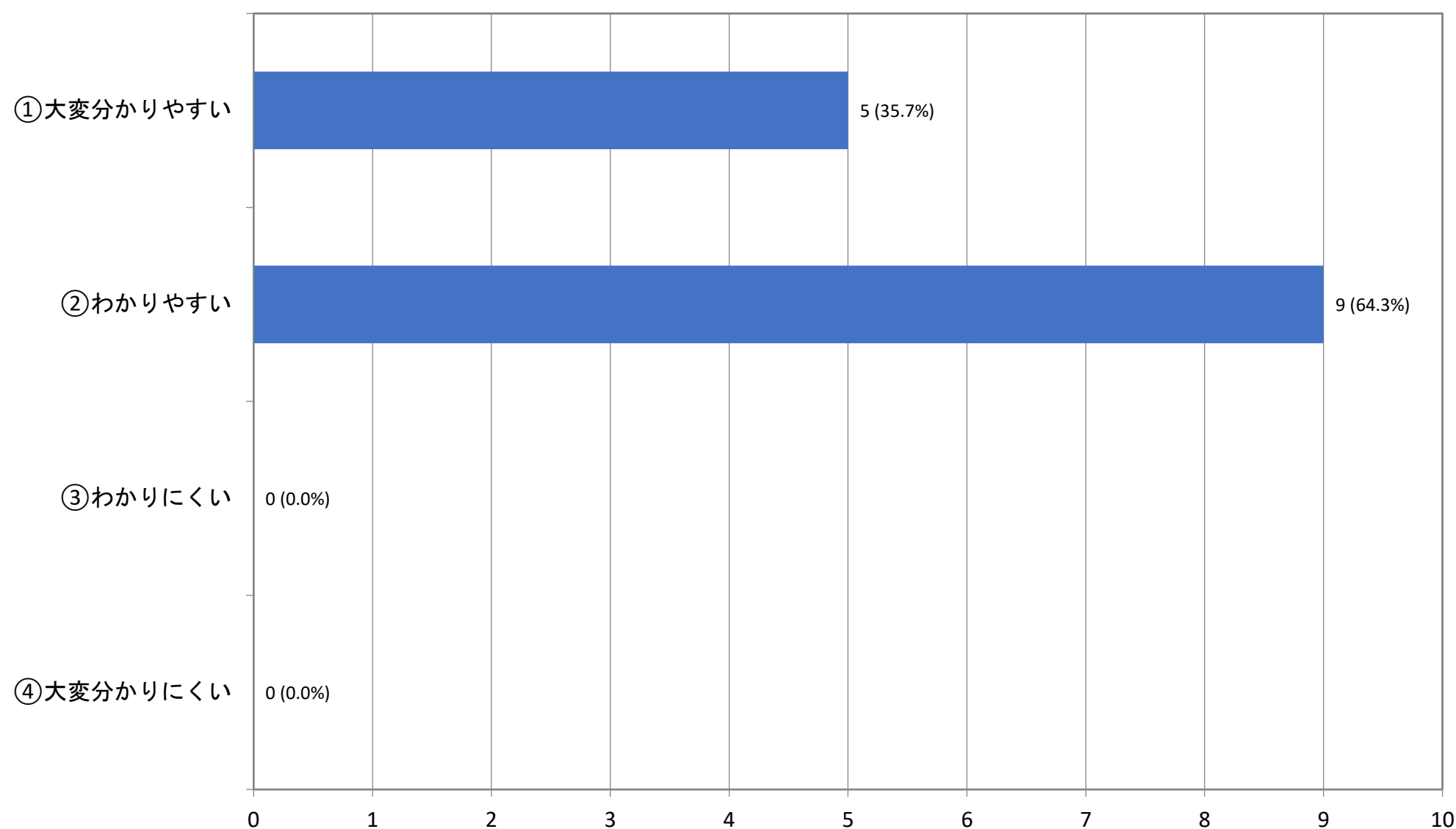
- ・日本酒を取り巻いている法律について、特にないと言われたが、もう少し詳しく聞きたかった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・シンガポール消費者の傾向をセグメント化して傾向、輸出する場合の商流や商慣習などが参考になった。

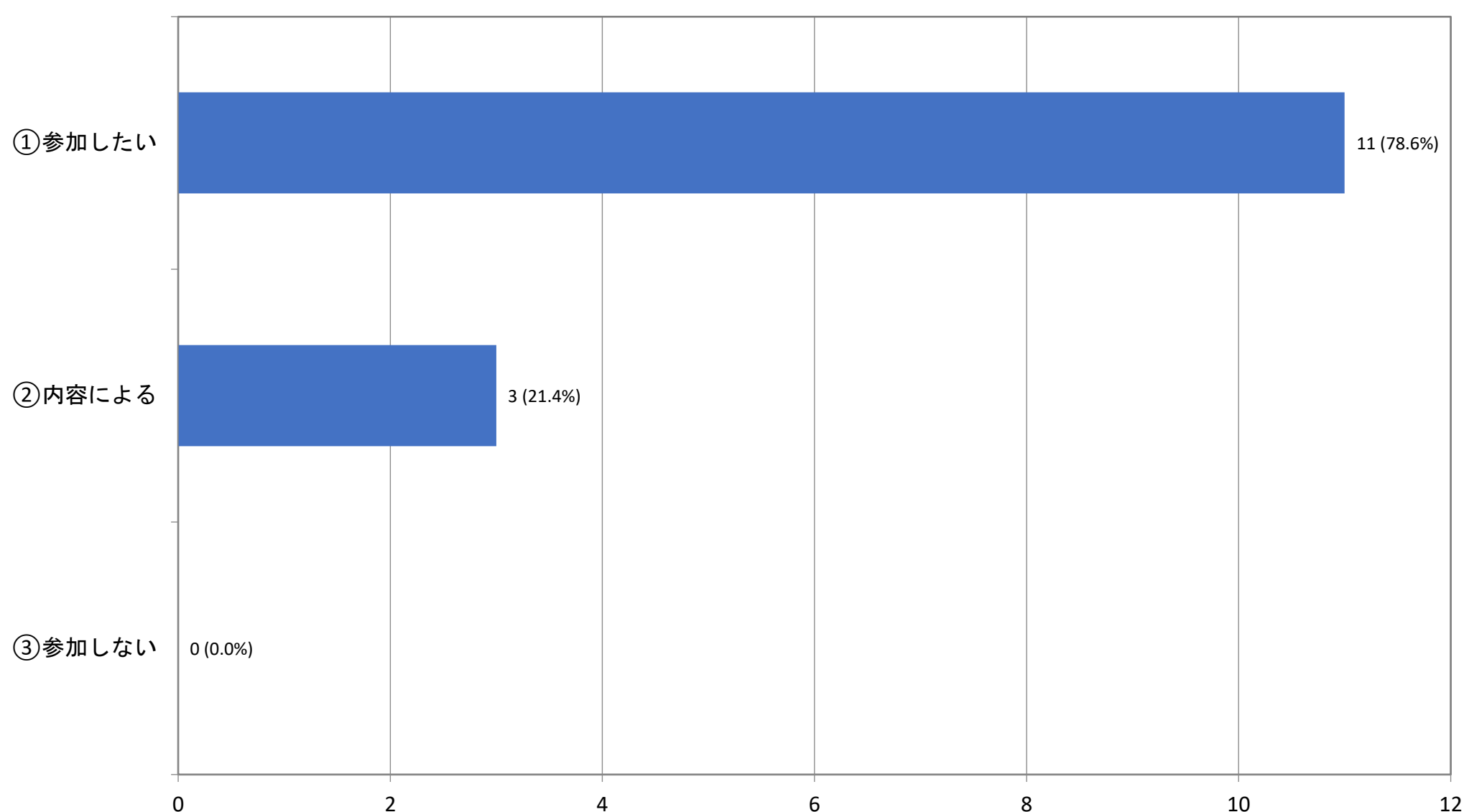
5. Adrian Goh (エイドリアン・ゴー) の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



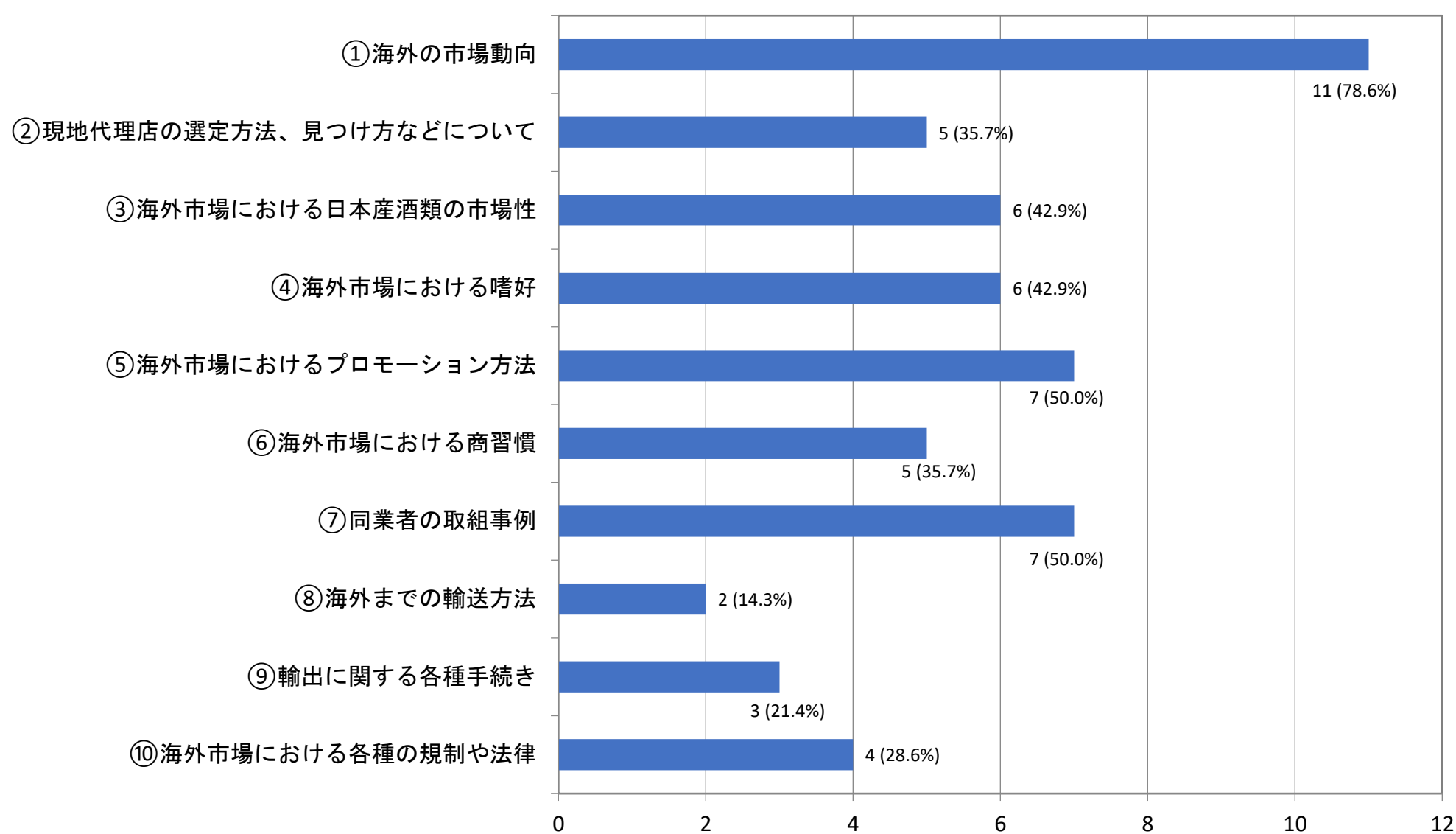
6. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

グラフ単位：人



7. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



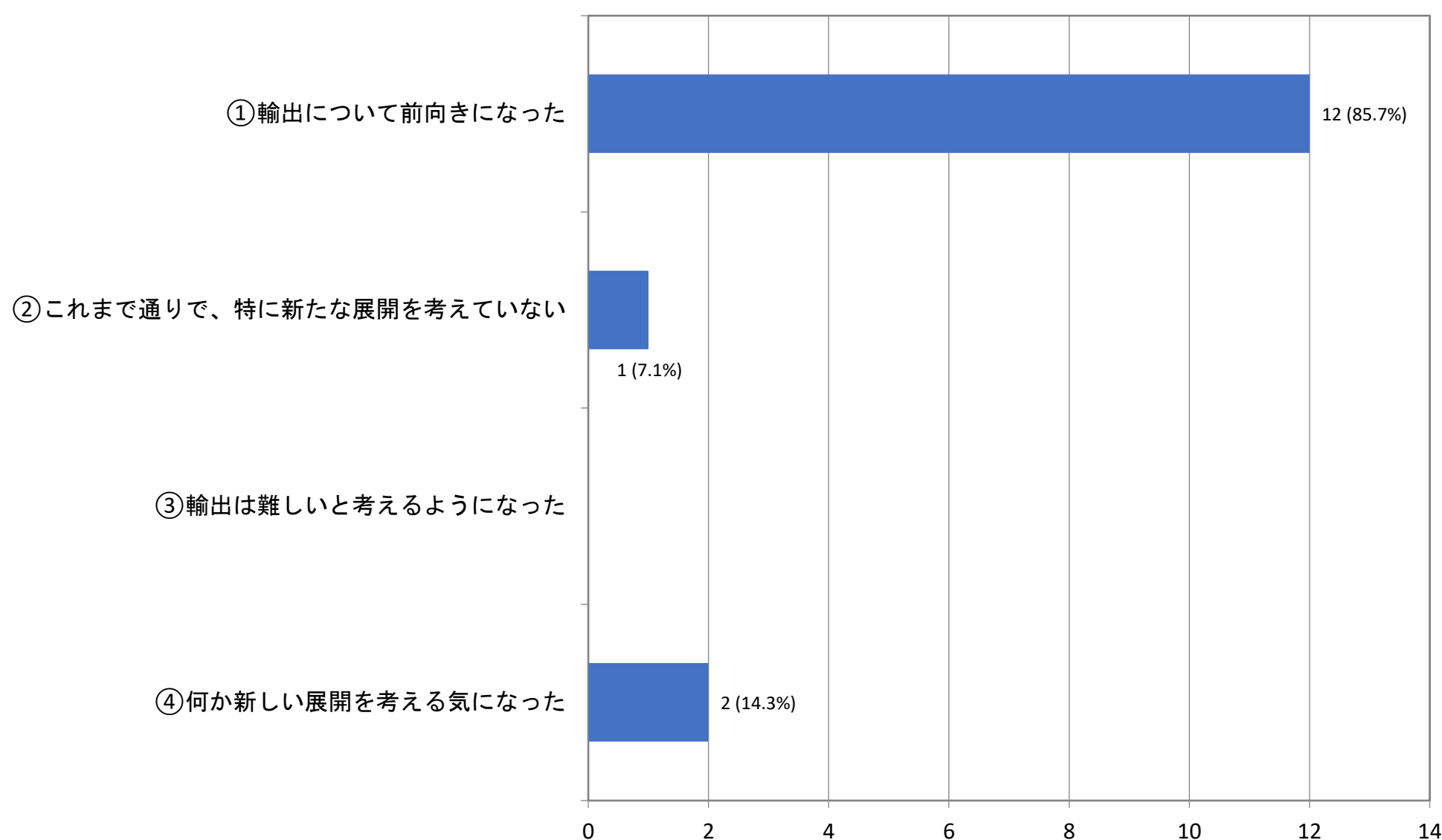
8. Q7に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

③ その他（自治体・上記以外）

- ・ヨーロッパへ輸出する時の規制とその対策についてセミナーをお願いしたい。

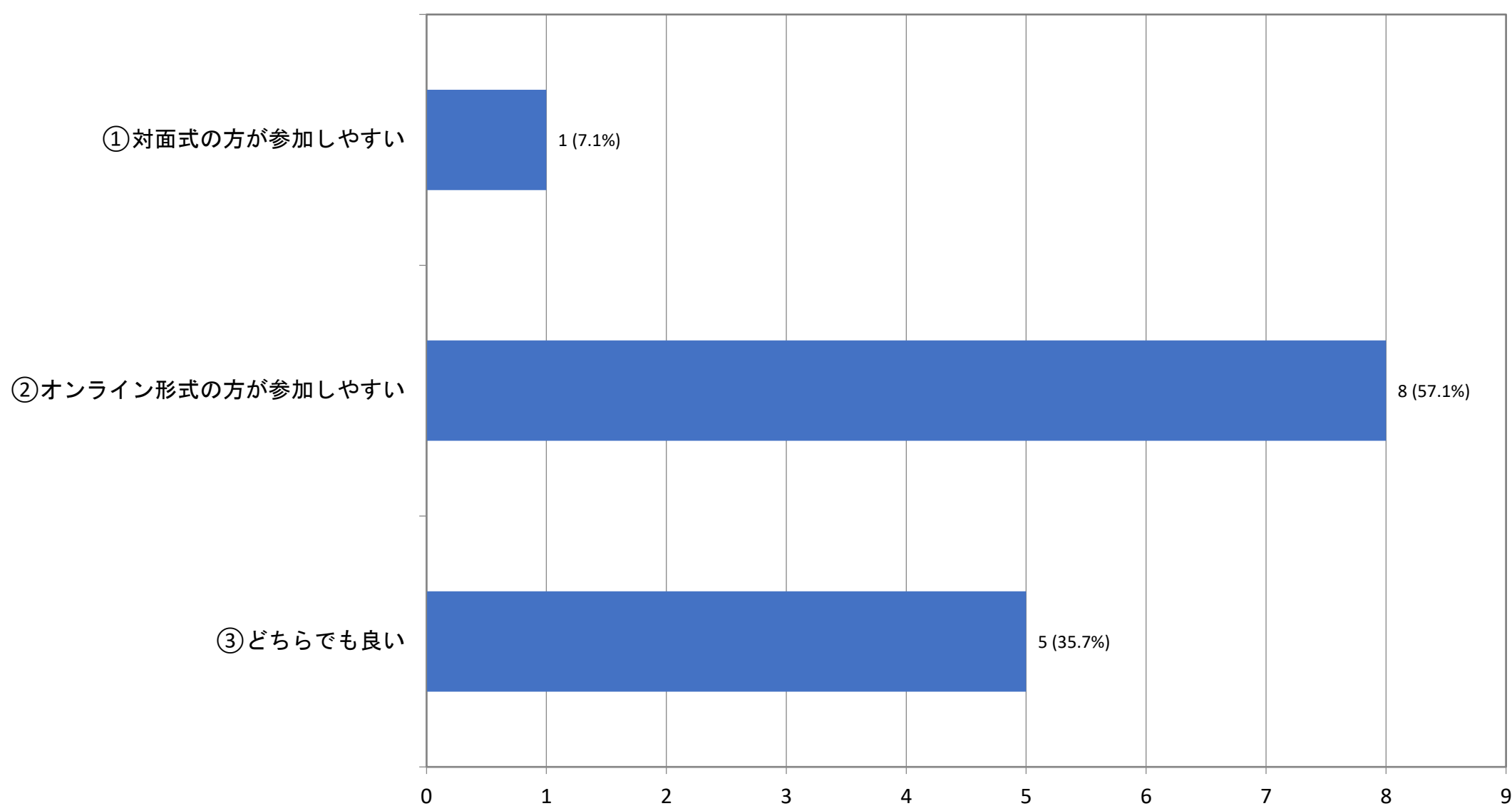
9. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



10. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



11. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

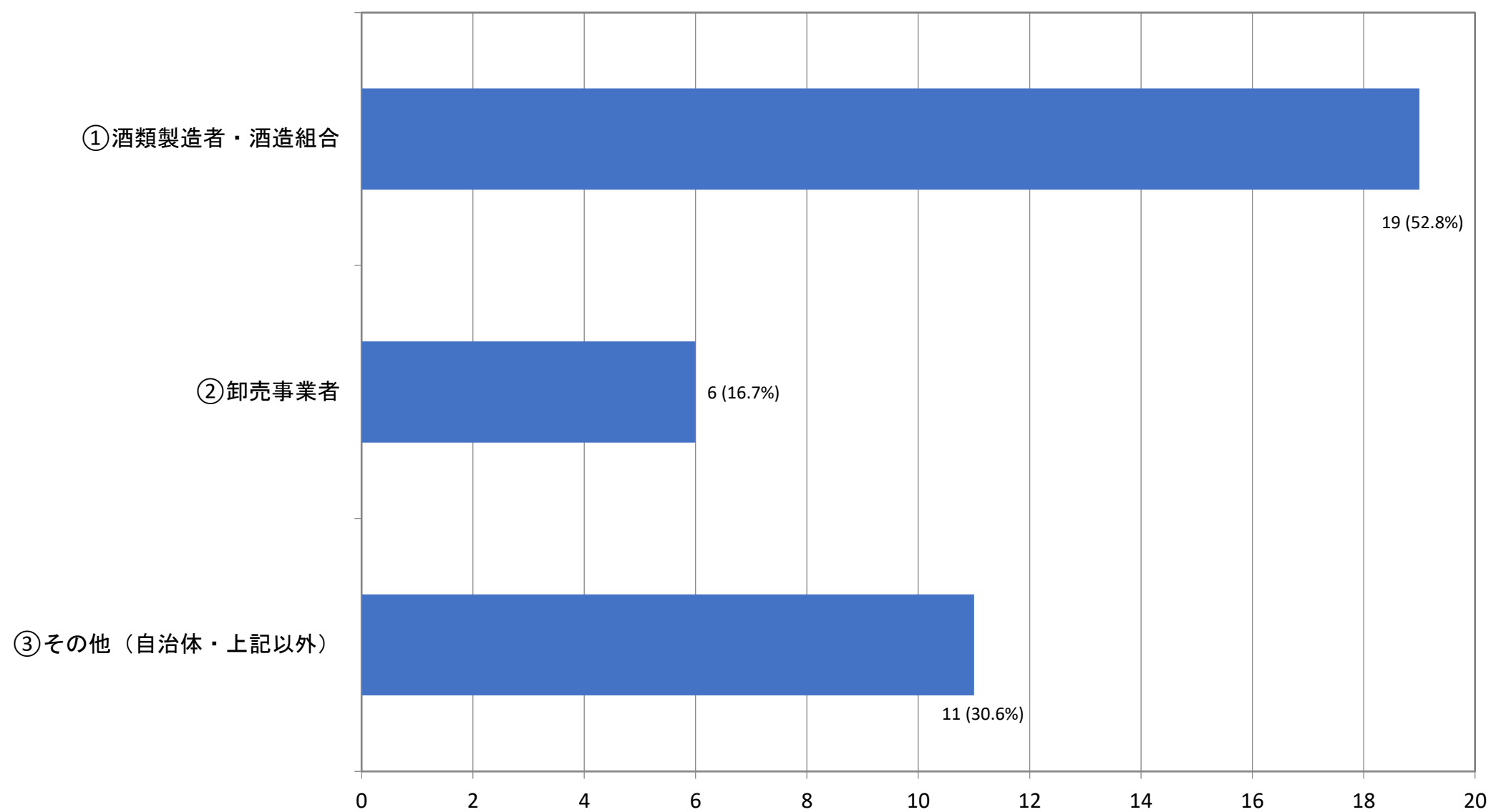
12. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ③その他（自治体・上記以外）
- ・分かり易いセミナーを開催いただいた。

▼2022年9月28日（水） セミナー

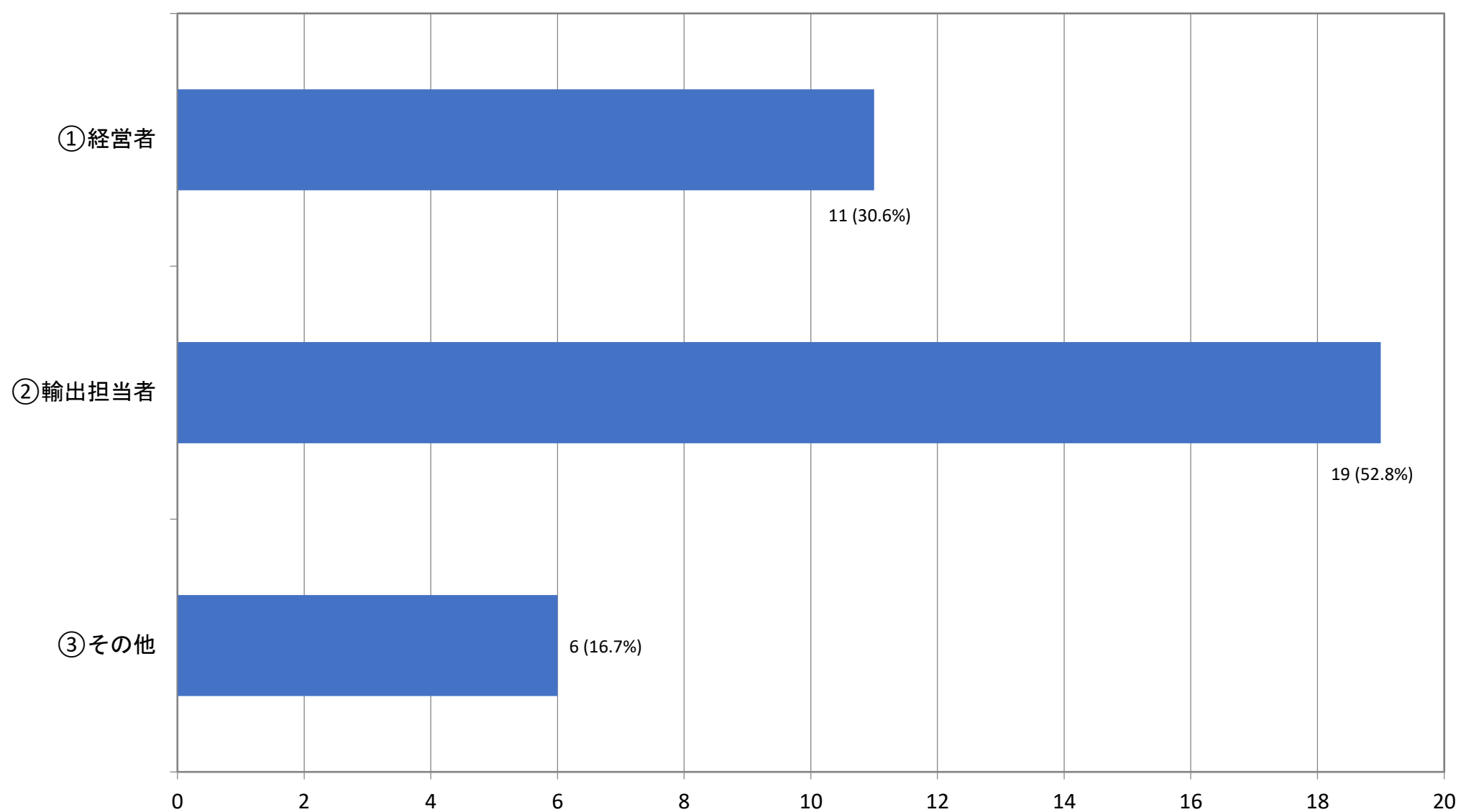
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



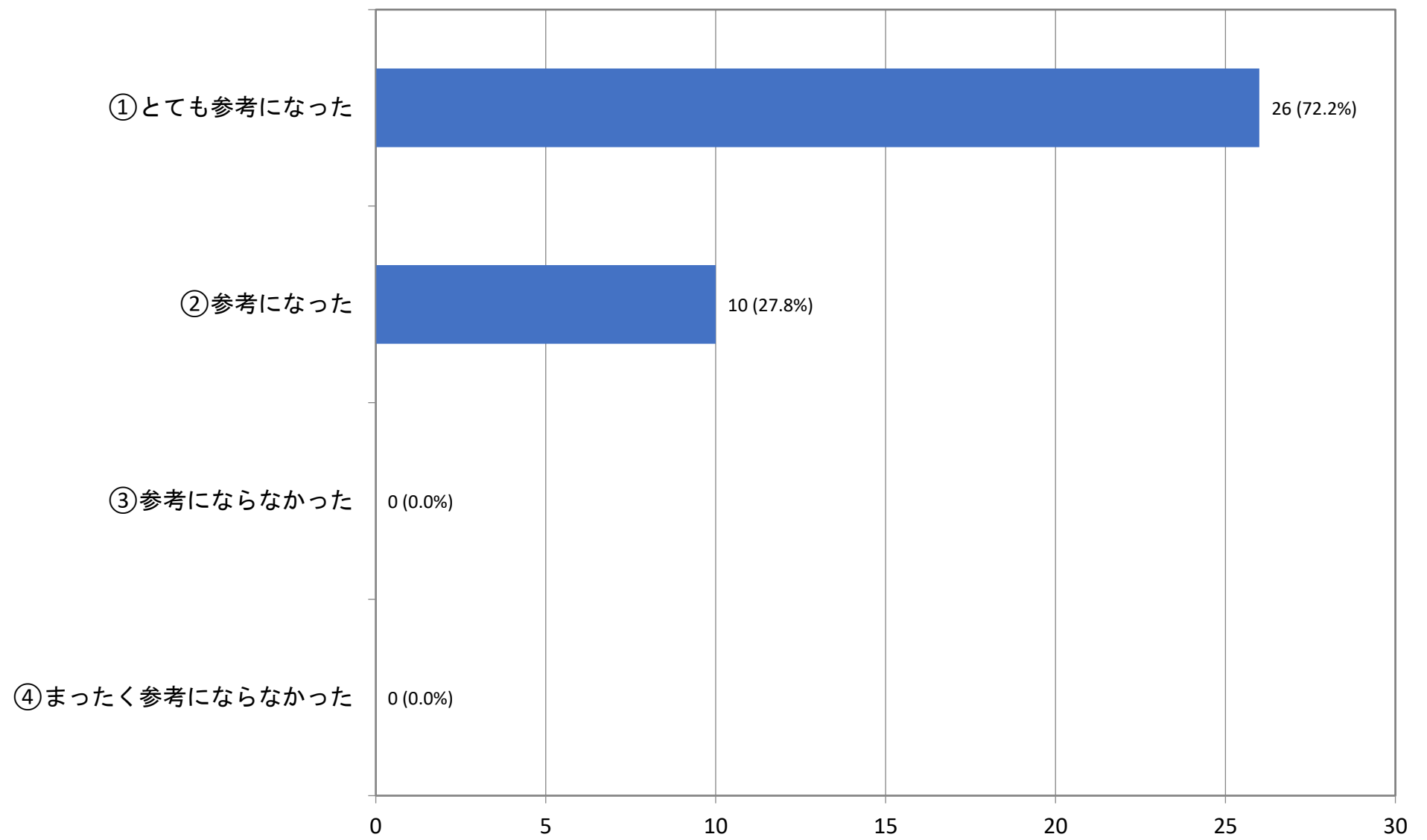
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 中 正宏 ①「商談・プレゼンで大切な3つのこと」
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・商談後のフォローアップについての内容がタイムリーな内容で非常に参考になった。
- ・見積書のフォーマットについて納得させられた。
- ・コロナ禍でオンライン商談が増えて、便利な反面難しさも感じており、改善に向けて見直す好機となった。中先生の説明が具体的で分かりやすく親身だったので飽きずに見ることができた。
- ・いろいろと参考になった。吹き替えアプリというのは初めて知った。
- ・商談前に準備する資料の重要性で、細かく説明して貰った事が参考になった。名刺交換に記載するQRコードの大事さを認識した。
- ・実践的な内容でこれからの商談に役立つと感じた。
- ・スケジュールを刻む重要性がよくわかった。商談後、連絡しても音沙汰がない事に悩んでいる。商談相手がサンプルを飲む日、感想を共有する日、海外現地のバイヤーがサンプルを飲む日、感想を共有する日、取引可否を決める日、など、細かいレベルで日程を握る事が重要であると認識した。
- ・バイヤーの立場からして、視覚的な提案（動画や認証、受賞メダルなど）が効率的であること、そして商談資料を動画で作成する発想は実例の動画もあり非常にわかりやすかった。実践してみようと思った。また、疑問に思っていたことにご回答いただけて今後役に立ちそうだ。
- ・今まで海外向けプレゼンテーションにおいて、手応えがなくとも反省点が分からず、改善ができずにいた。今回、これまでの反省点を見出すことができたと考えている。また、苦手意識のある外国語と便利なツールの利用にも前向きになった。
- ・大事な点が簡潔にまとめて説明されたところが良かった。

②卸売事業者

- ・商談は相手の詳細を事前に取得し相手に合わせた内容の商談が必要である事の重要性を感じた。
- ・翻訳ツールなどの有効利用、商談フォームなど相手に訴えるポイントがわかりやすかった。
- ・プレゼンの作り方や商談の進め方など、アドバイスが具体的で実践的だった。
- ・事例を持って話をされているので理解しやすく参考になった。

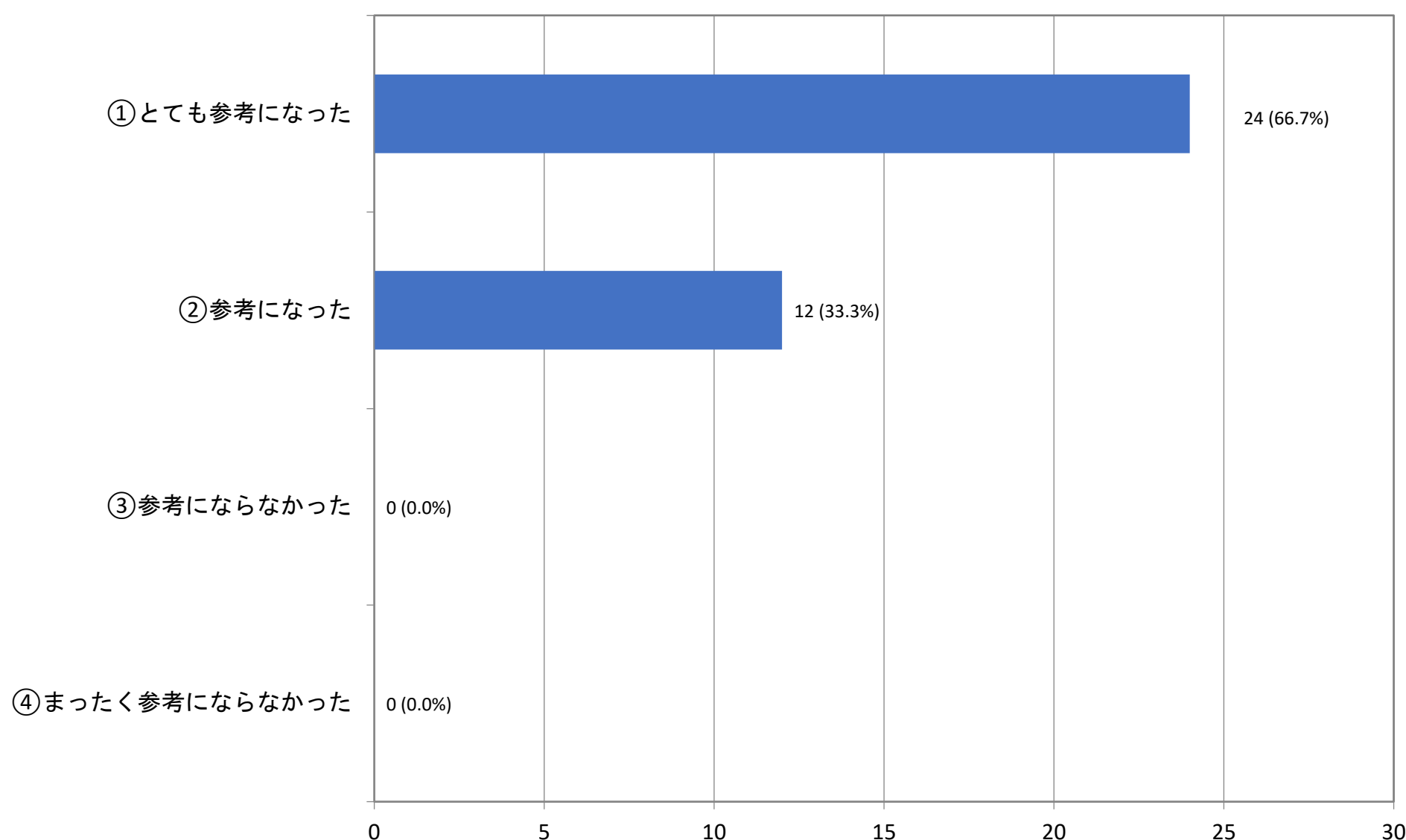
③その他（自治体・上記以外）

- ・経験上のアドバイスがとても参考になった。
- ・本セミナーの中で商談・プレゼンは「事前準備で決まってくる」という言葉は基本のように見え、なかなか実践出来ていないことだと思った。相手の研究も行い、自分たちの強みも理解（他にはない強み 5つ等）をしたうえで、相手に合わせたオリジナルの提案が出来るように精進をしていきたいと思った。又、5W2Hで相手が何を知りたいかを意識して提案を考えたり、SNSや動画を使ったプロモーションなども勉強・実践していきたい。
- ・第一部では、これまでの弊社の取組内容の振り返りが出来たことだと思う。
- ・すぐに応用可能なことも多く、とても分かりやすかった。
- ・まさに「彼を知り己を知れば百戦殆うからず」だと共感した。
- ・吹き替えアプリや動画作成について、参考になった。
- ・伝えることの棚卸、整理が大事だと感じた。

5. 中 正宏 ②「海外バイヤーとの商談だからこそ気を付けたいプレゼンテーションと商談資料作り」

上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. Q5で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・既に作った資料内容のメリット・問題点の確認になったし、動画内容も、作らなくてはと思いながらやれていなかったもので、参考になった。
- ・動画作成について、自分でやってみようと思った。67歳で作成された事例を見て、理由をつけて敬遠せず、作ってみるという姿勢を見習おうと思った。
- ・当社で輸出担当は私一人しかいないのでどう改善したらいいか現状を知る相談相手が社内になかったり、時間配分やプレゼン内容に反省点を感じたりしていたので、今後に活かしたいと思う。パワポ内にサウンドやショートムービーも入れこんでいきたい。また、英語字幕つき動画の作成もチャレンジしていきたいと思う。
- ・動画の挿入はおそらくとても良いと思った。ただ動画は短い方がインパクトがあるような気がした。
- ・動画の作成の重要性と、吹き替えアプリで対応できることがわかった。
- ・英語字幕を動画に入れるのは、英語が苦手な私には目からウロコだった。
- ・プレゼンテーションの進め方や分かりやすい資料作成など、今まで闇雲に行ってきたが、具体例や実体験を踏まえたお話で大変参考になった。これからの商談に向けてのヒントが多々得られた。
- ・動画でのプレゼン資料の具体的な作成方法が参考になった。

②卸売事業者

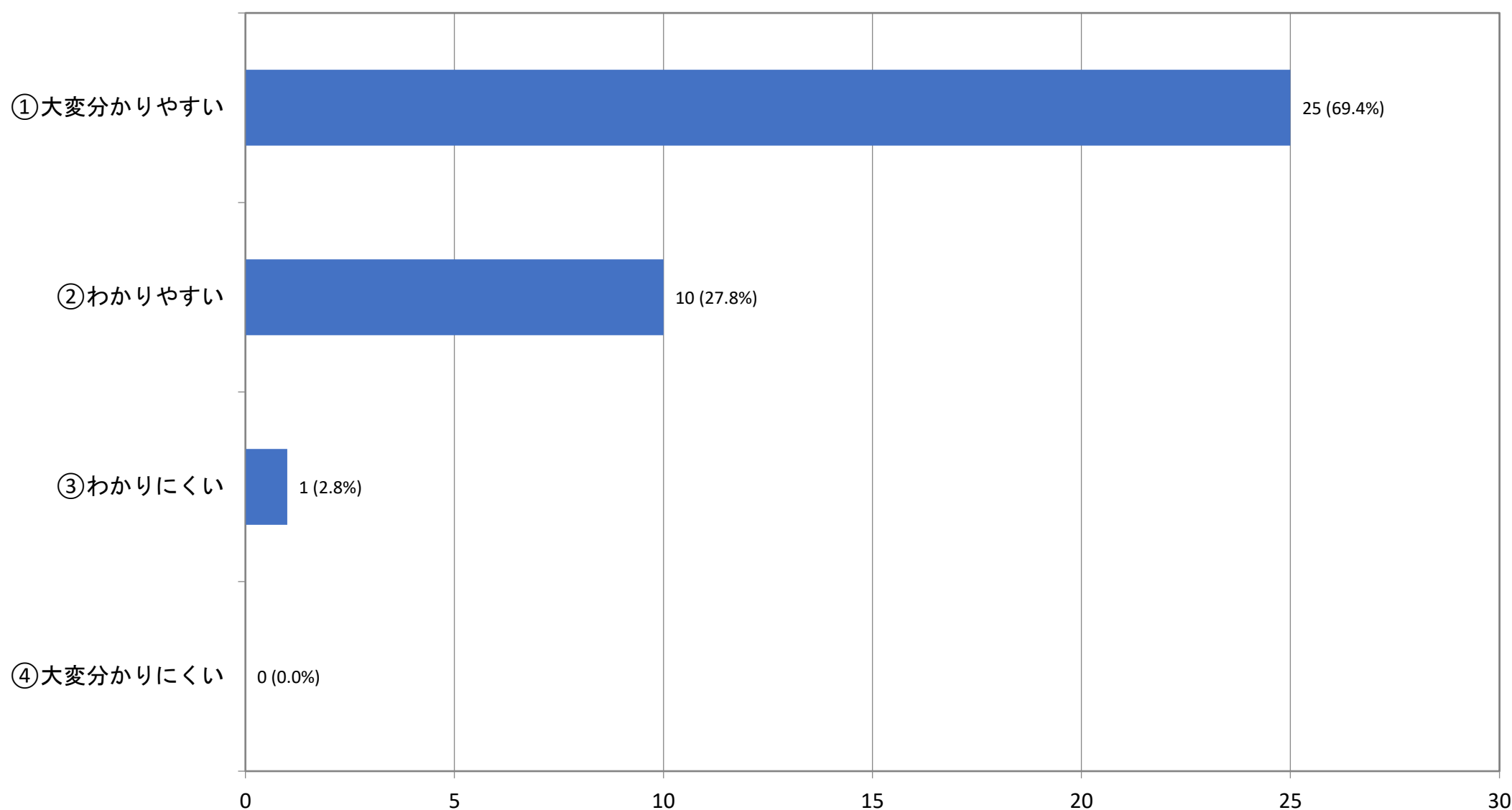
- ・商談の時間配分や商談後の時間の使い方がとても参考になった。
- ・翻訳ツールなどの有効利用、商談フォームなど相手に訴えるポイントがわかりやすかった。
- ・オンラインだからこそ、目や耳で訴える情報が有効という事例が多くわかりやすかった。
- ・成功例や失敗例を伝えてもらっているので参考になった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・ 動画作成に関するご説明があり、今後、積極的に取組みを進めて行ければと思った。
- ・ 自ら作る動画の作成術が参考になった。
- ・ 実際の資料例が参考になった。
- ・ 「自分でできる」というお話が為になった。

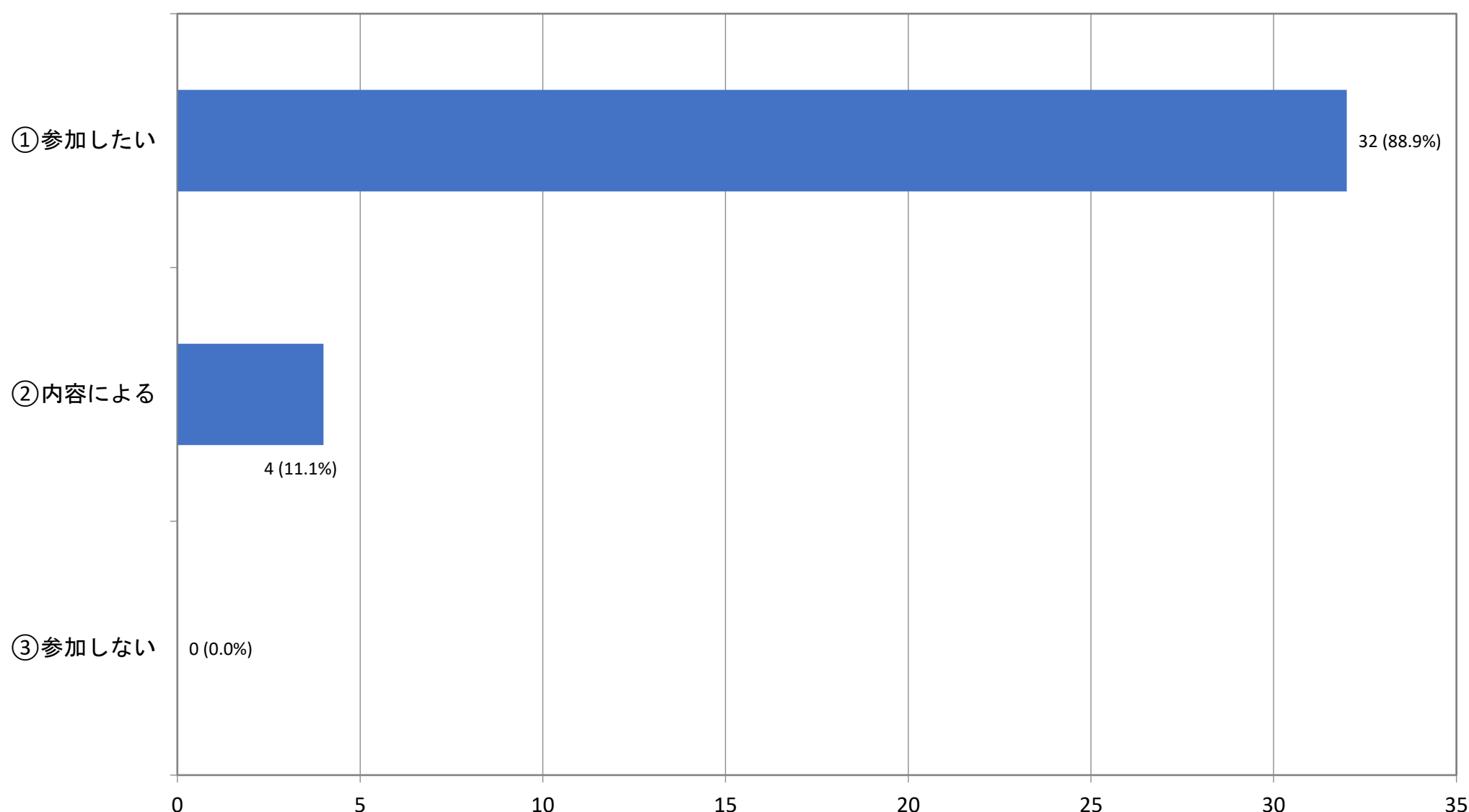
7. 中 正宏の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



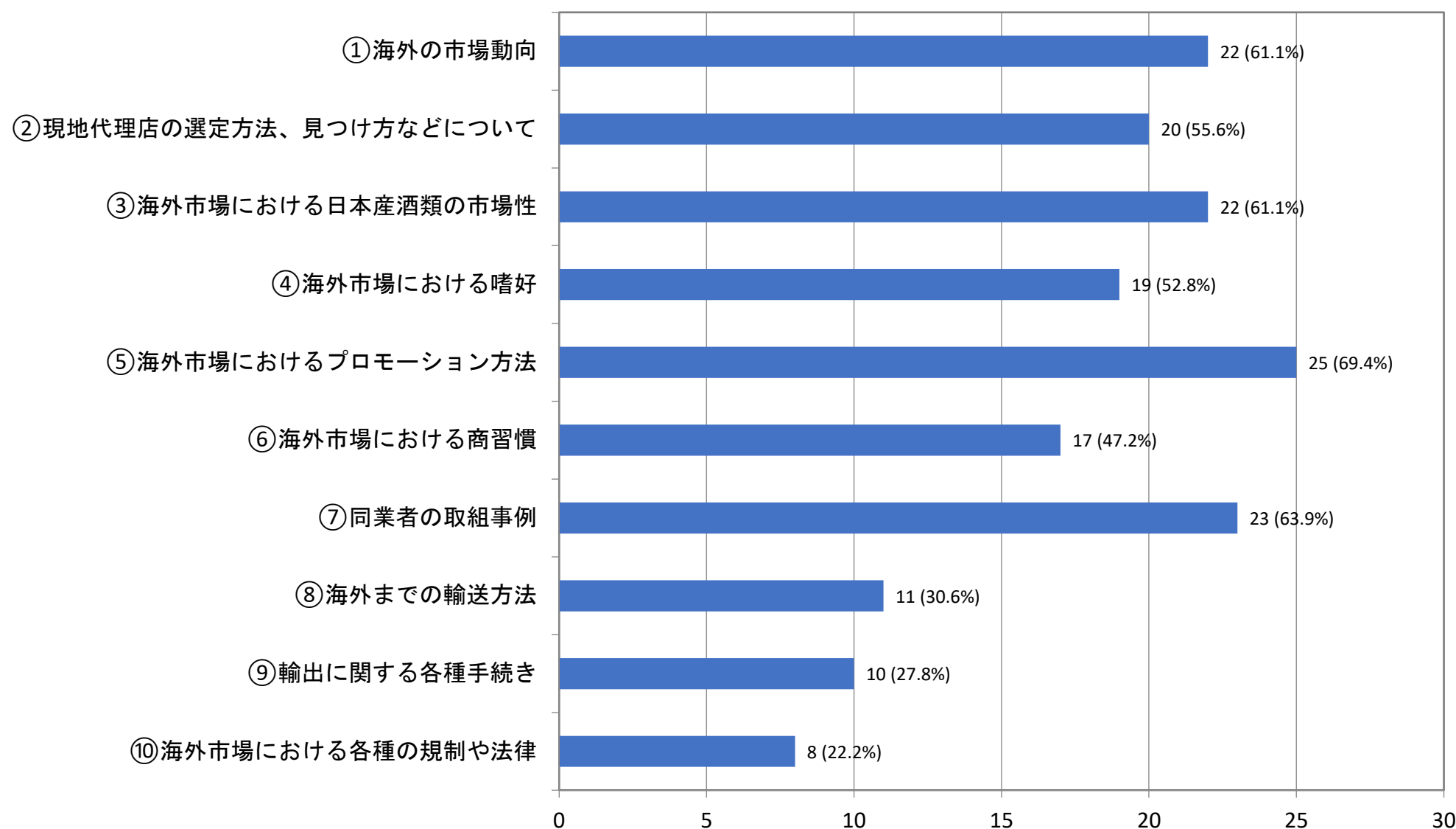
8. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



9. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



10. Q9に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

・海外バイヤーからサンプルの提供を求められた場合、物流コストがかなり掛かってしまうので困っている。なにかコストを抑える方法がないかと思っている。

・国税庁やJETROが委託して現地でバイヤーを探したり商談をコーディネートしてくださっている方々の現場で感じる生の声やご意見、現地の様子（売り場やお酒の飲まれている様子）などお聞き出来たら嬉しい。

・日本酒に関しては、一般的にどのような嗜好が求められているのか知りたい。

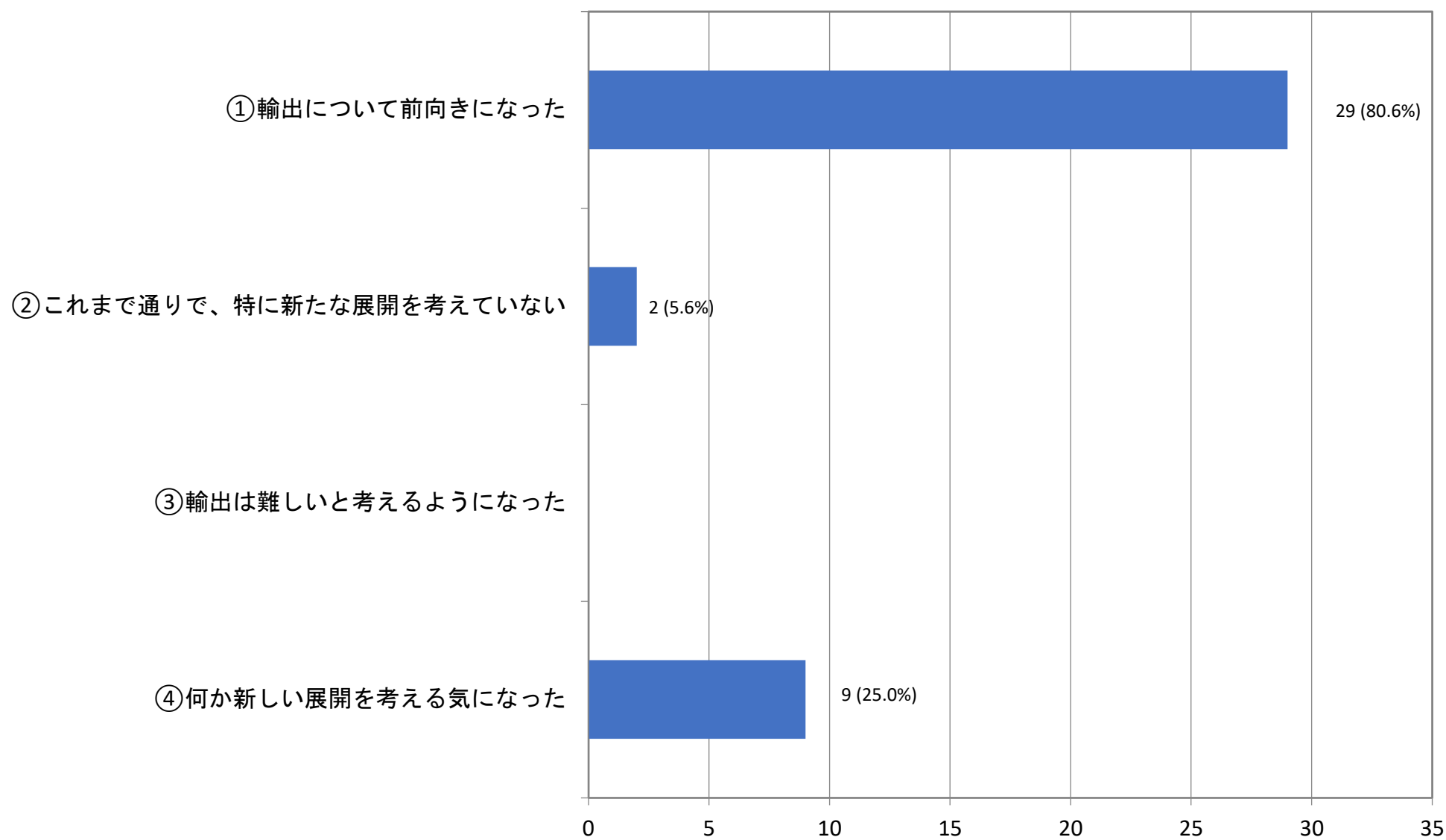
例えば、華やかフルーティタイプの吟醸酒が好まれるのか、むしろ好まれないのか？甘いものは好まれるのか、逆に好まれないのか？など、ご教示いただきたい。日本酒に対してすでにある程度理解のある、欧米のレストラン事情に詳しい方のご意見を聞きたい。

② 卸売事業者

一般的に各国での商標取得（OEM・PB含む）やFDAなどの費用負担が販売者（当社）・製造者（国内）・輸入業者（海外）等、どのようになっているのかを知りたい。

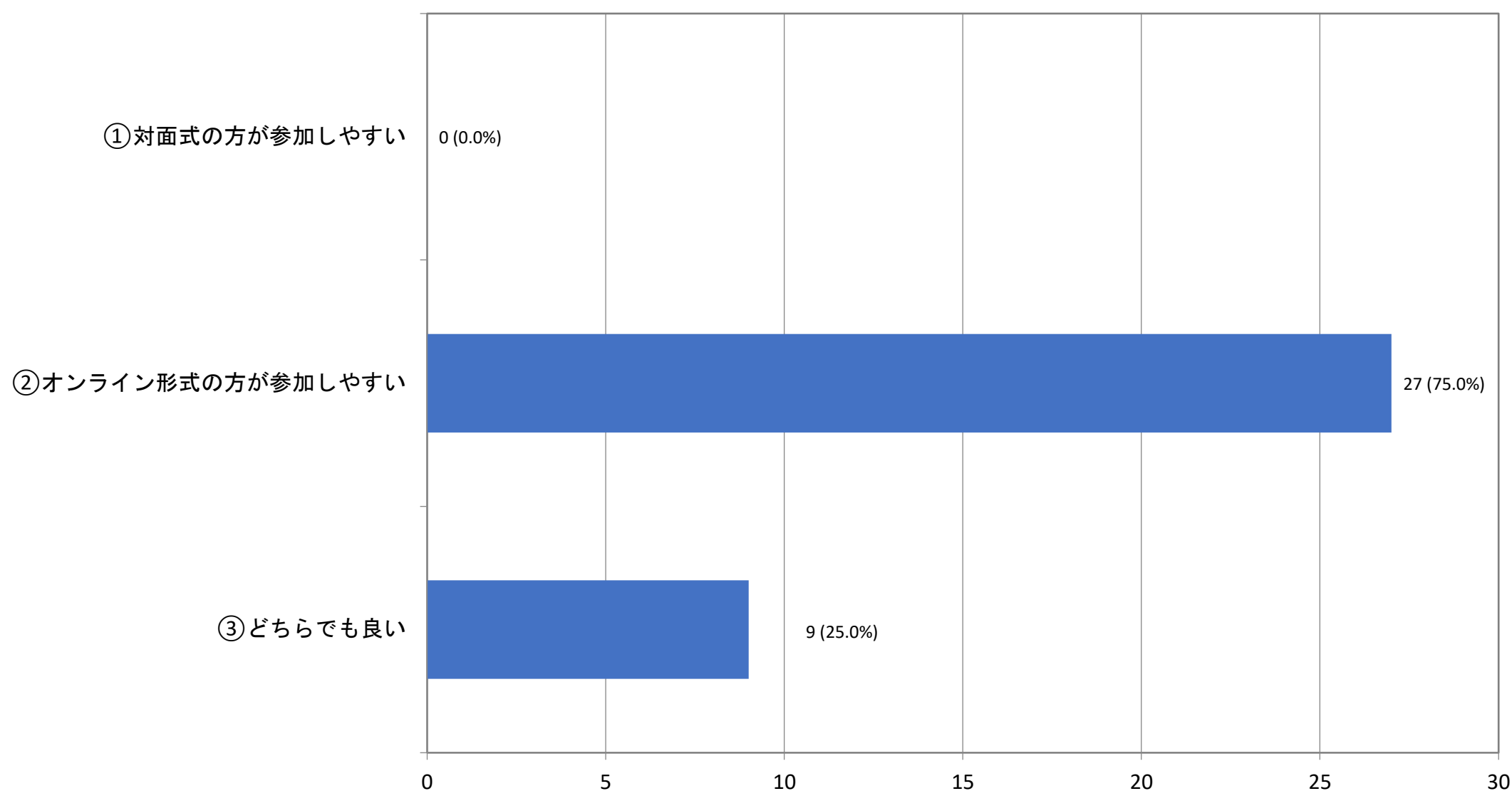
11. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



12. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



13. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・一番は現地のマーケティングが難しい。どんな国でどんなお酒が好まれるのか、価格帯や嗜好・習慣、どんな食べ物に合わせるのか、酒類の輸入規制はどうか、売られる場所や飲まれる機会など、どんな形でも現地情報を得られるとありがたい。
- ・商談後サンプルのコンソリ出荷など。日本の酒類サンプルを国内のデポでまとめて現地コーディネーターさんにお送り頂くなどは可能なのか知りたい。
- ・商談後連絡が途絶えるバイヤーというケースを取り扱い、どういう理由で途絶え、メーカーに対してどのように対応して欲しかったのかというバイヤー目線の手触り感があるケースワークを受けたい。
- ・同様の海外向けプレゼンや商談セミナー。

②卸売事業者

- ・毎回とても参考になっている。セミナー、商談会を継続していただきたい。

14. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・今回、大変有益であった。同様のトピックに関するセミナーあればまた是非参加させていただきたい。

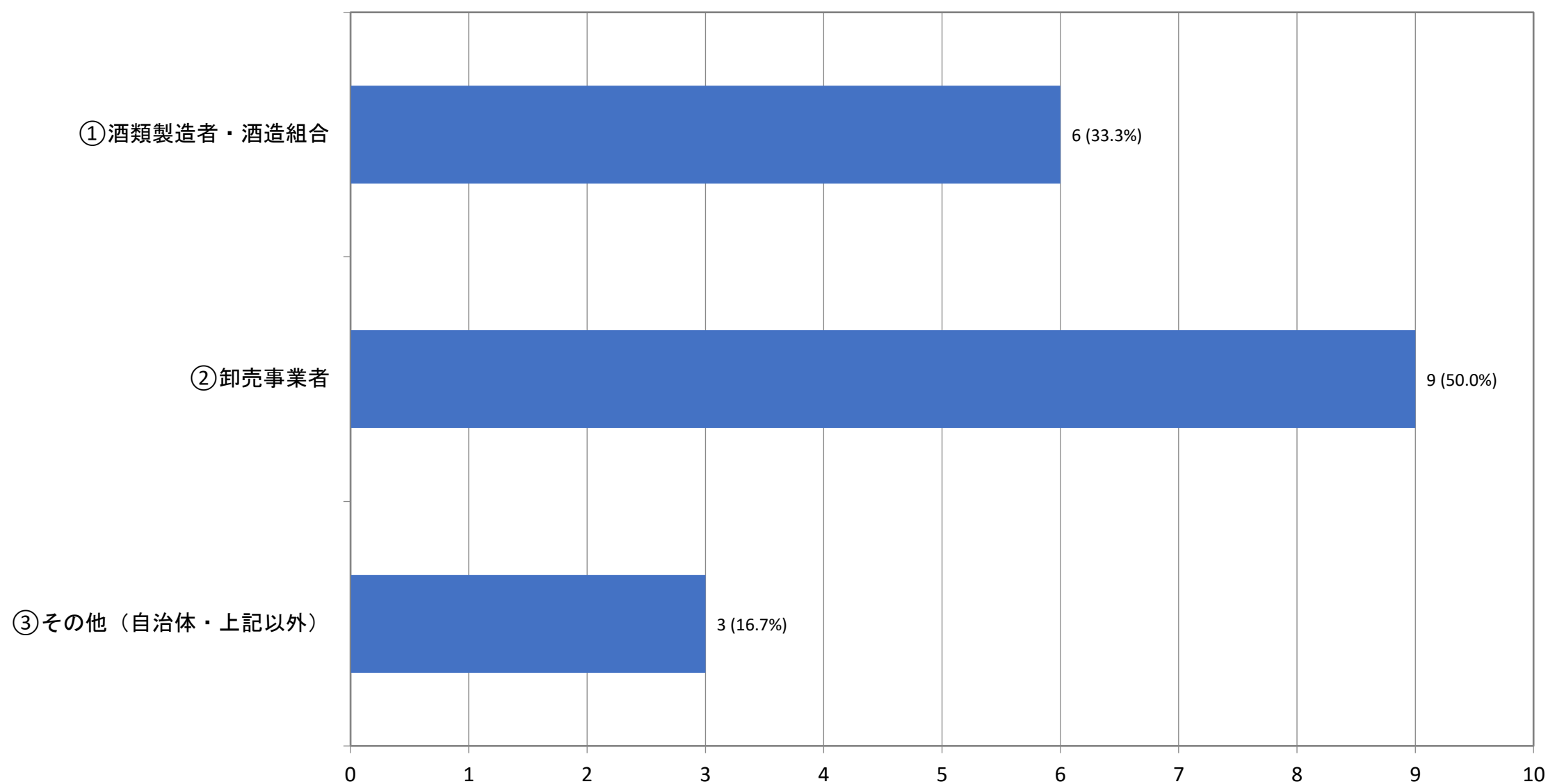
②卸売事業者

- ・音量をもう少し大きめにしていただけると助かる。

▼2022年12月2日（金） セミナー

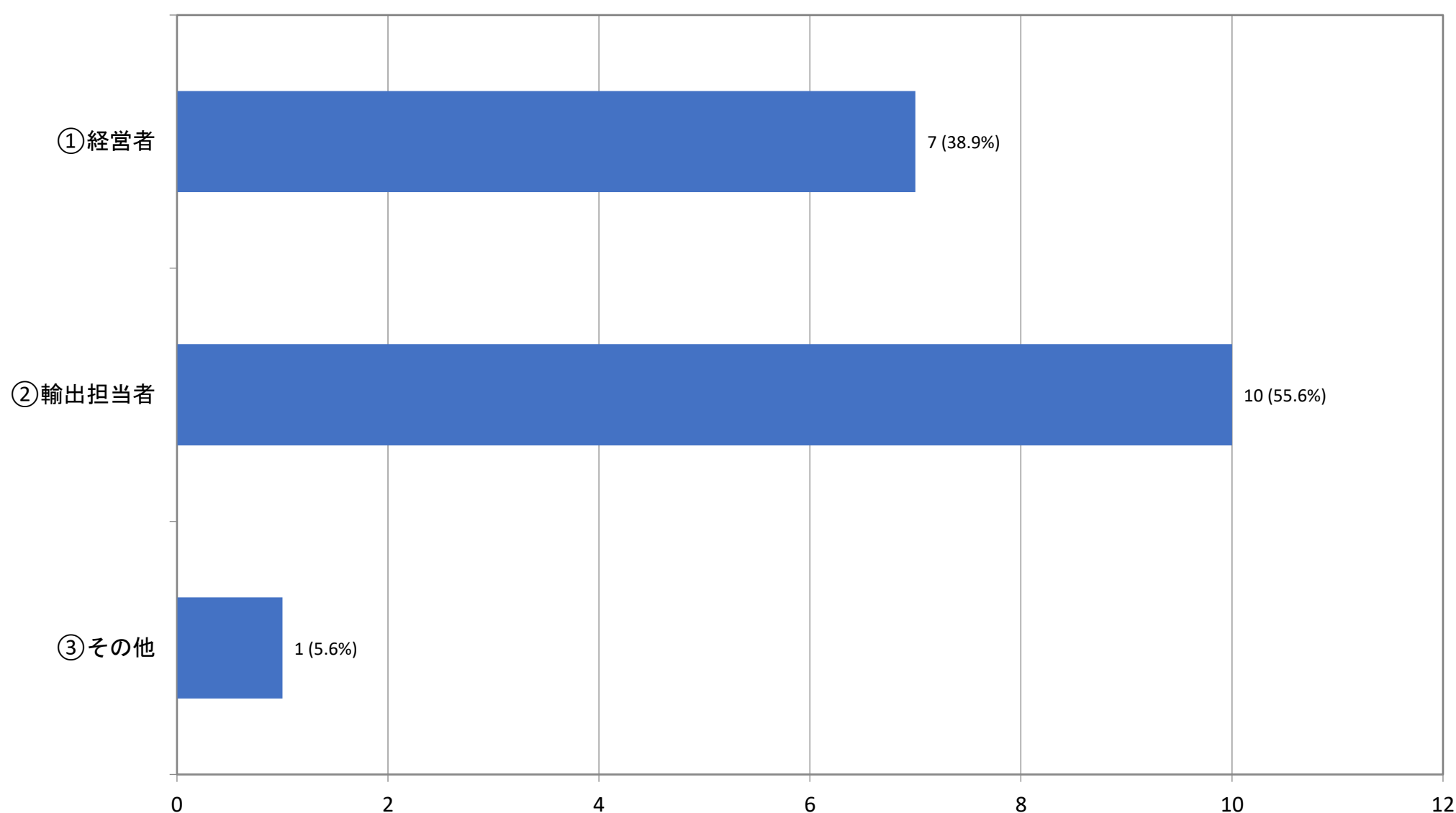
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



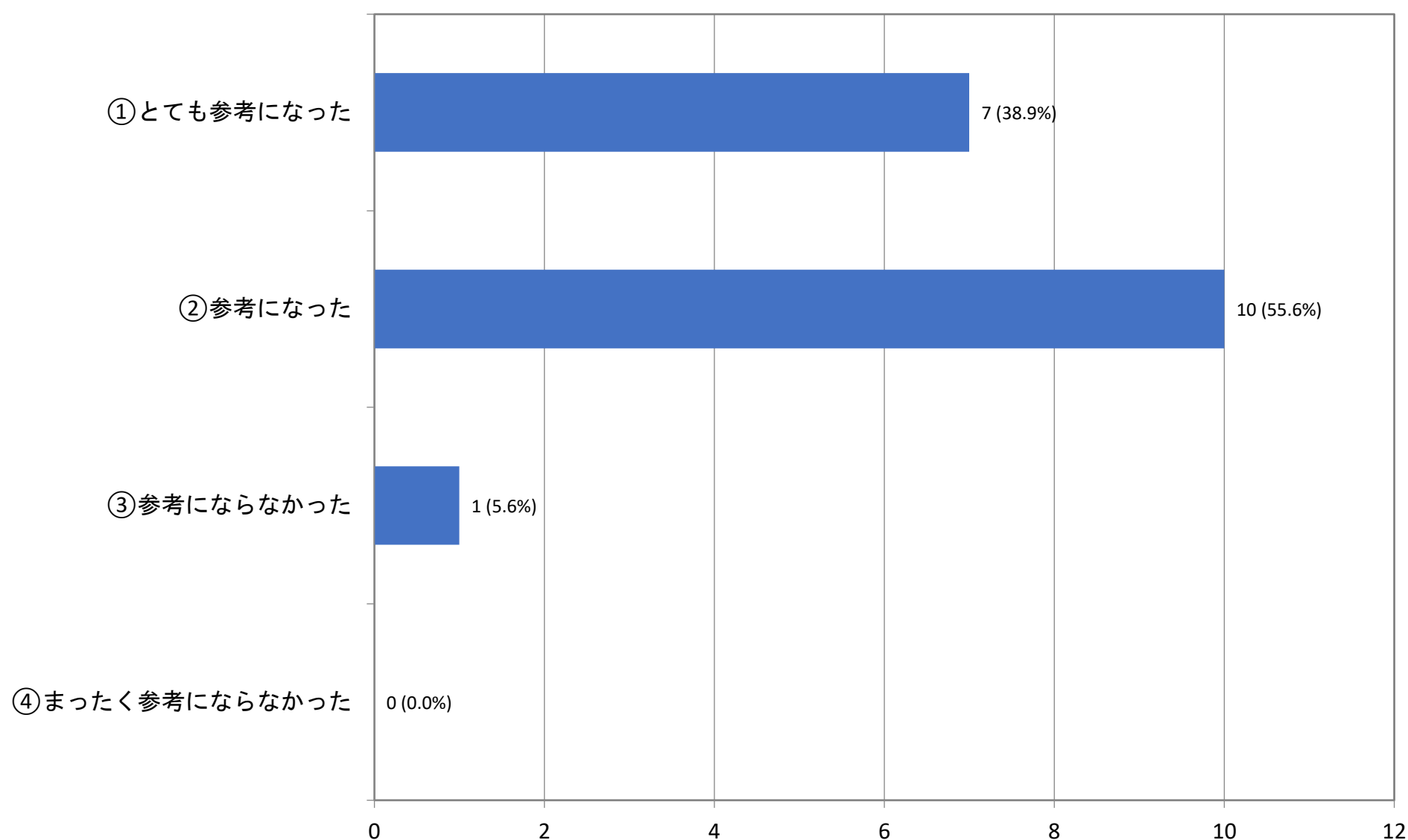
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. 黄 浩烈（コウ コウレツ） 【①台湾セミナー】
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・台湾で好まれる商品の特性や販売方法を具体的に説明して頂いたことが参考になった。
- ・台湾での日本酒に対する嗜好や、どのような日本酒（ラベル、価格、味覚）を求めているかなど、とても参考になり良い勉強になった。
- ・専売について参考になった。
- ・ローカルに受け入れやすい特徴のアドバイスがあった。

②卸売事業者

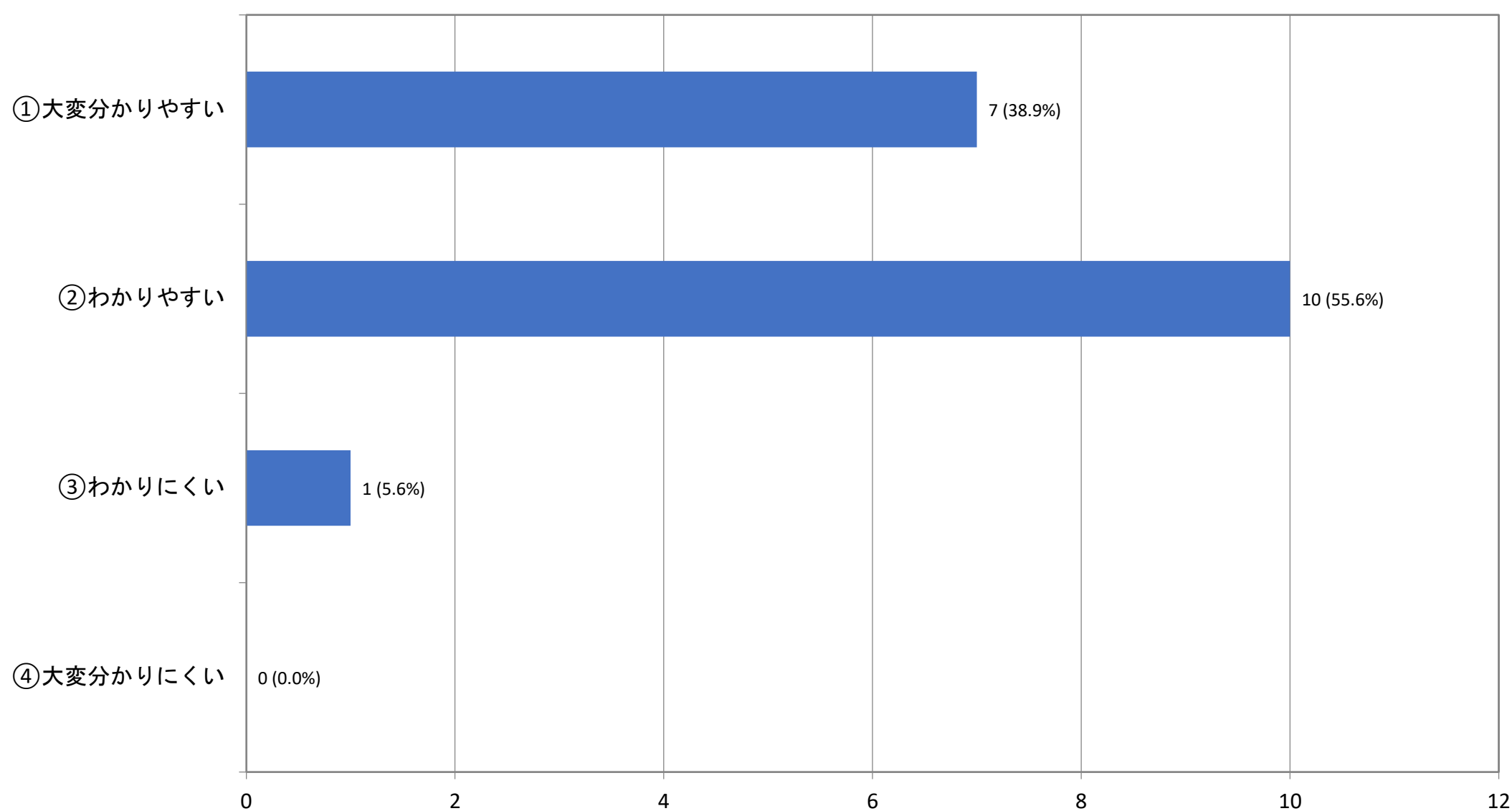
- ・バイヤーや消費者が求めている事や酒質、デザイン、価格帯について理解ができた。

③その他（自治体・上記以外）

- ・現地の“生の声”が聞けるので、こういったセミナーは非常に参考になった。
- ・台湾での傾向などが理解できた。売れる価格帯の情報がもっと欲しかった。

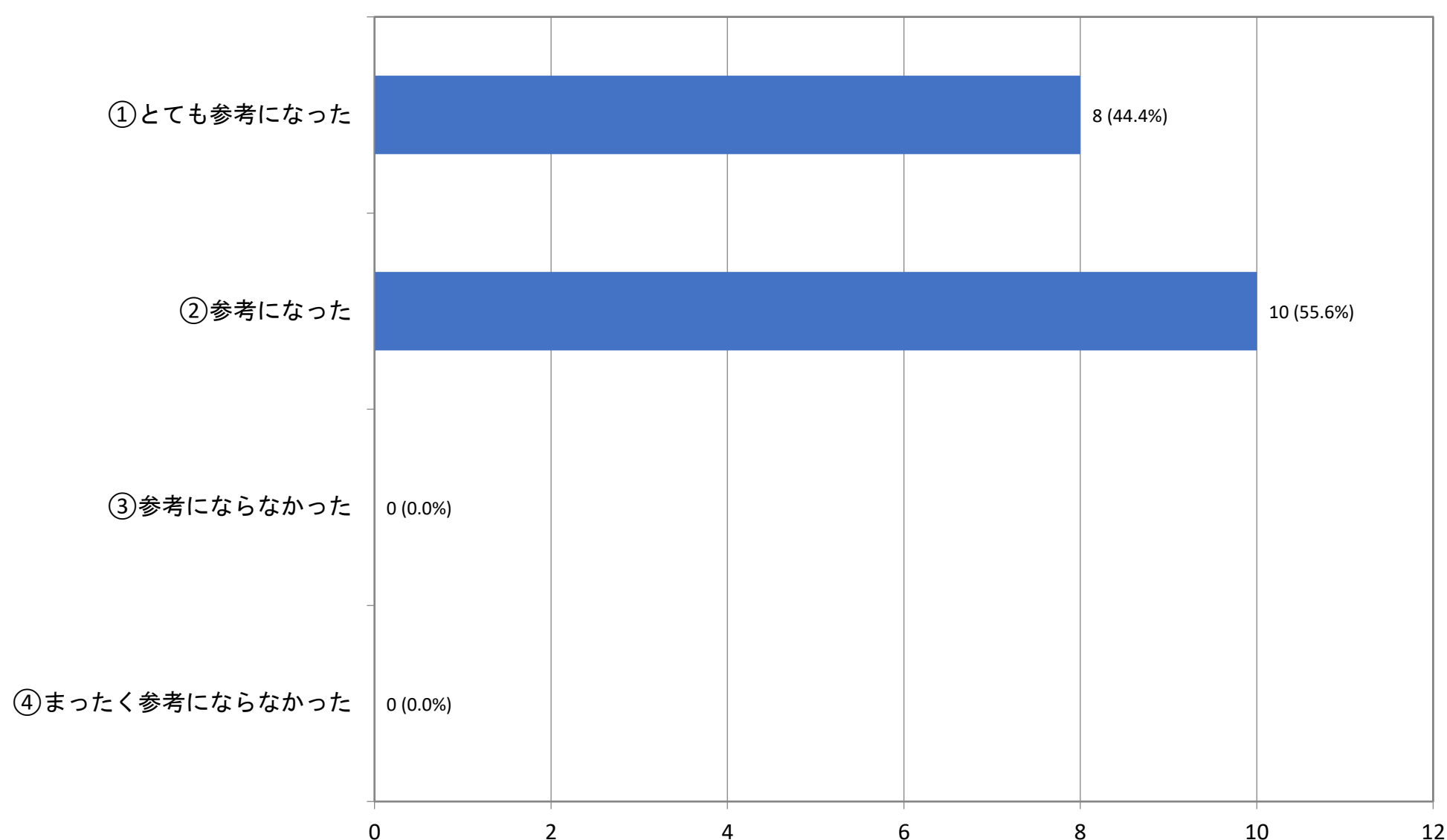
5. 黄 浩烈 の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. 李鵬（リー・ポン） 【②中国セミナー】
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・中国での市場や中国人の嗜好、売れ筋商品の価格帯や限定品に弱い事や明確な主要商品の設定等とても参考になった。
- ・ボトル・ラベルデザインについて参考になった。

②卸売事業者

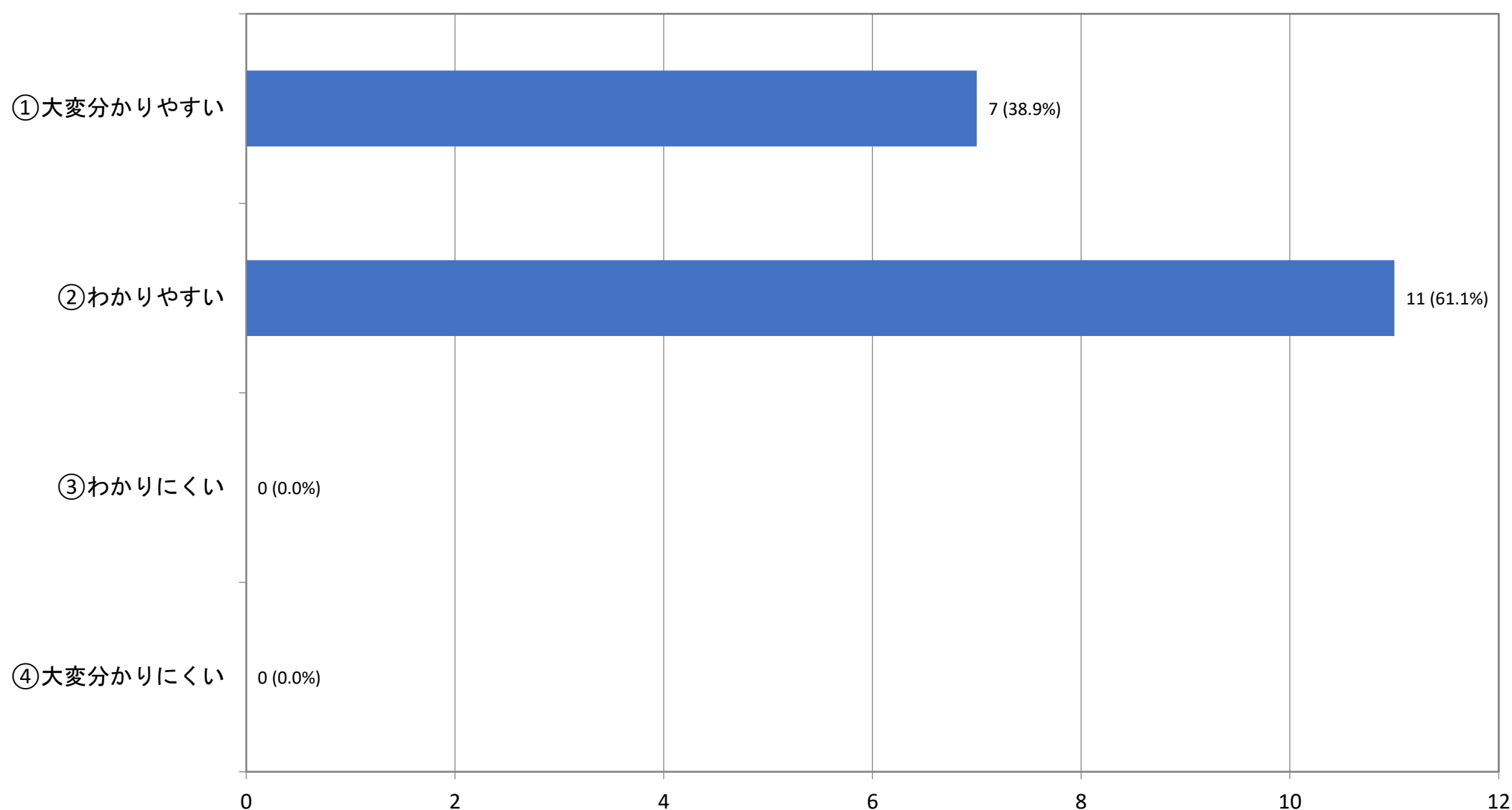
- ・中国では専門的な酒の説明が有効的である事を始めて知った。

③その他（自治体・上記以外）

- ・現地の“生の声”が聞けるので、こういったセミナーは非常に参考になった。
- ・中国での販売価格の情報が良かった。Taxの率でイメージできた。

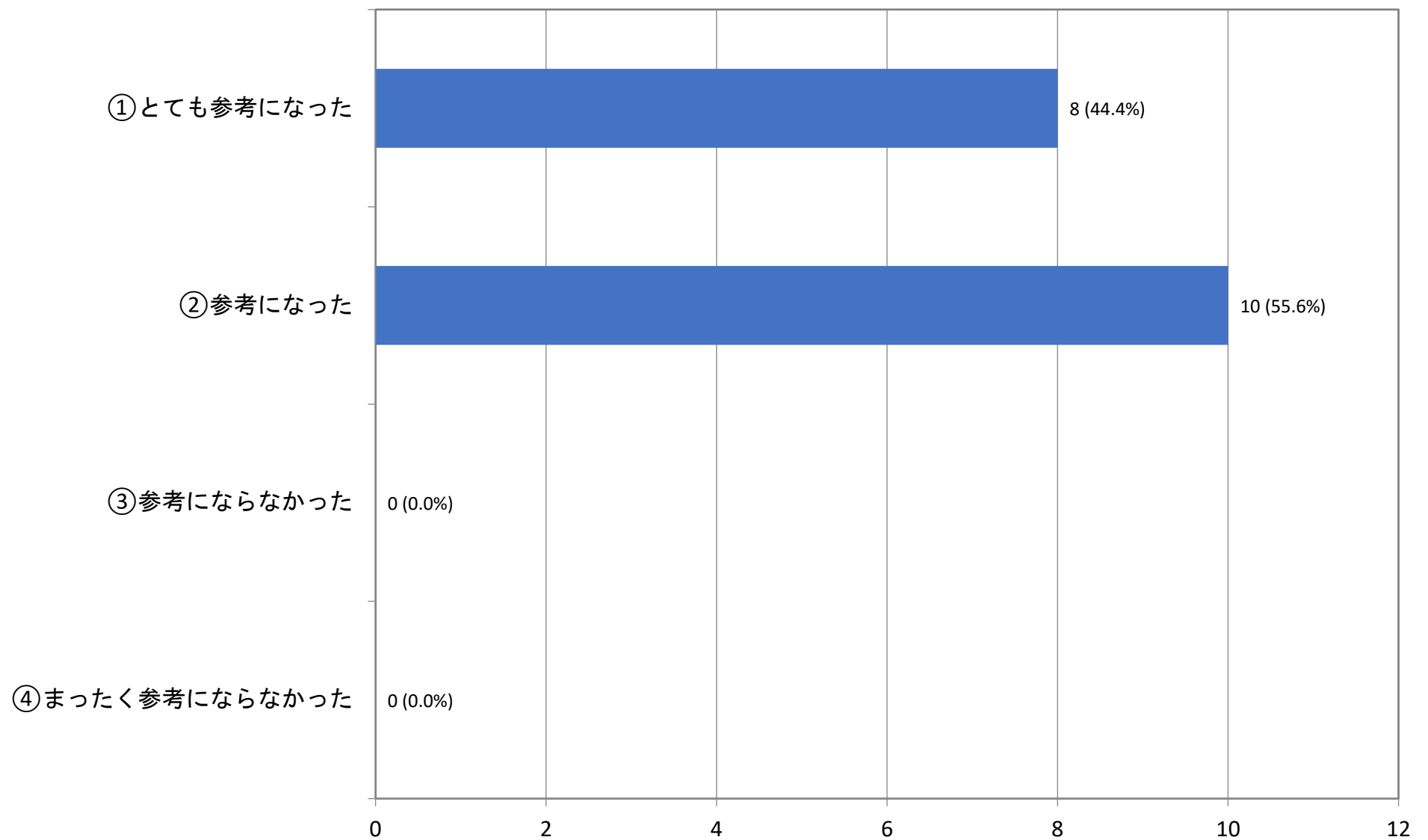
8. 李鵬の説明について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



9. Alvin Du (アルヴィン・デュ) 【③香港セミナー】
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



10. Q9で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・それぞれの国で味の嗜好や提案するうえでのポイントが若干違うと感じた。特に新しい飲用シーン(料理とのペアリング)については、日本と同じであり今後も重要視したいと思い良い勉強になった。
- ・酒質や香港人の酒を飲む特徴について説明があり参考になった。

②卸売事業者

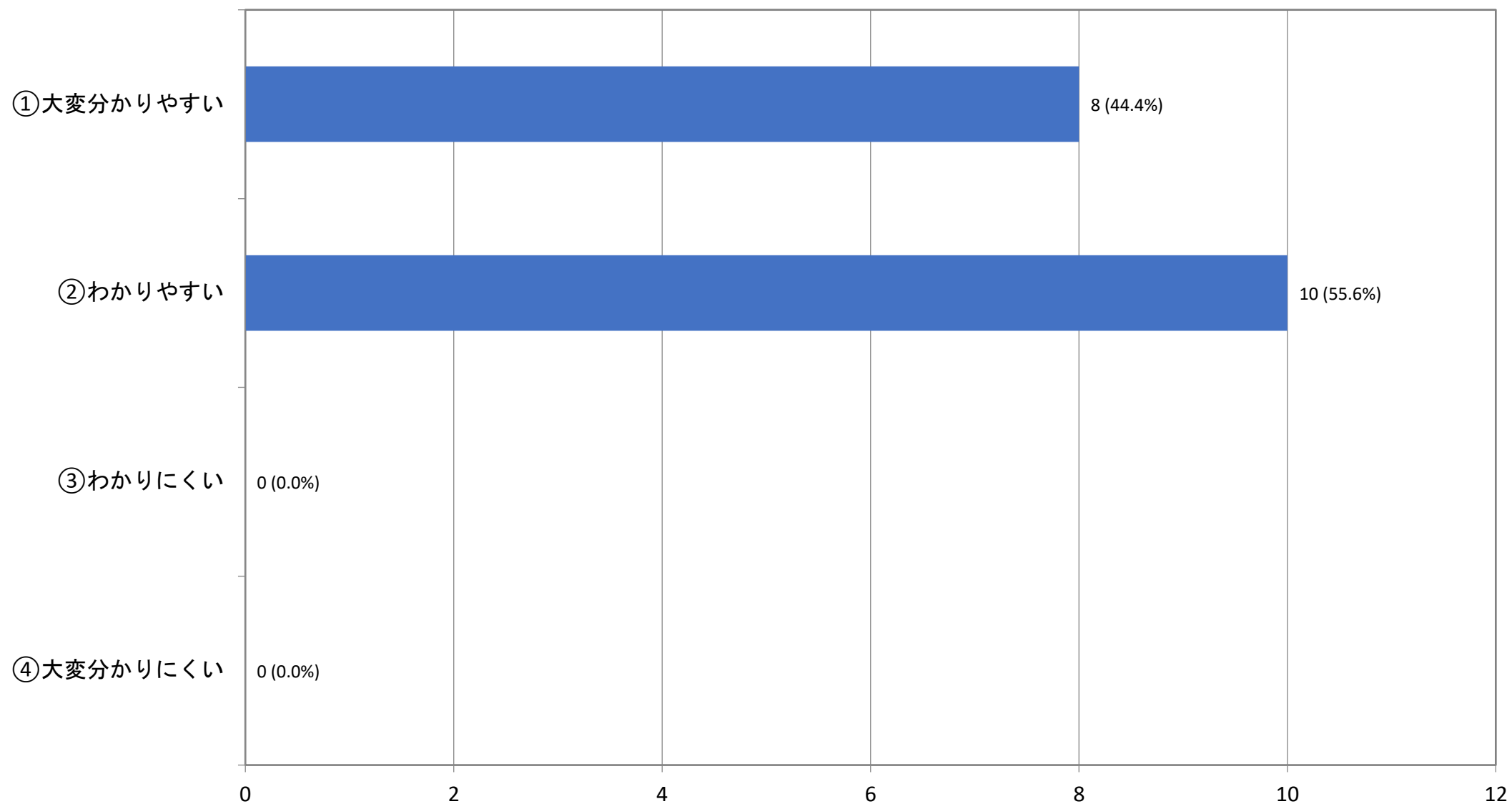
- ・洋食店へ日本産酒類のアプローチが可能であることを知った。

③その他(自治体・上記以外)

- ・興味を持って香港での日本産酒類の販売動向等の情報を聞くことができた。
- ・香港市場の特徴がある程度わかった。台湾、中国の情報の後だったのでそれらの国との違いが理解しやすかった。

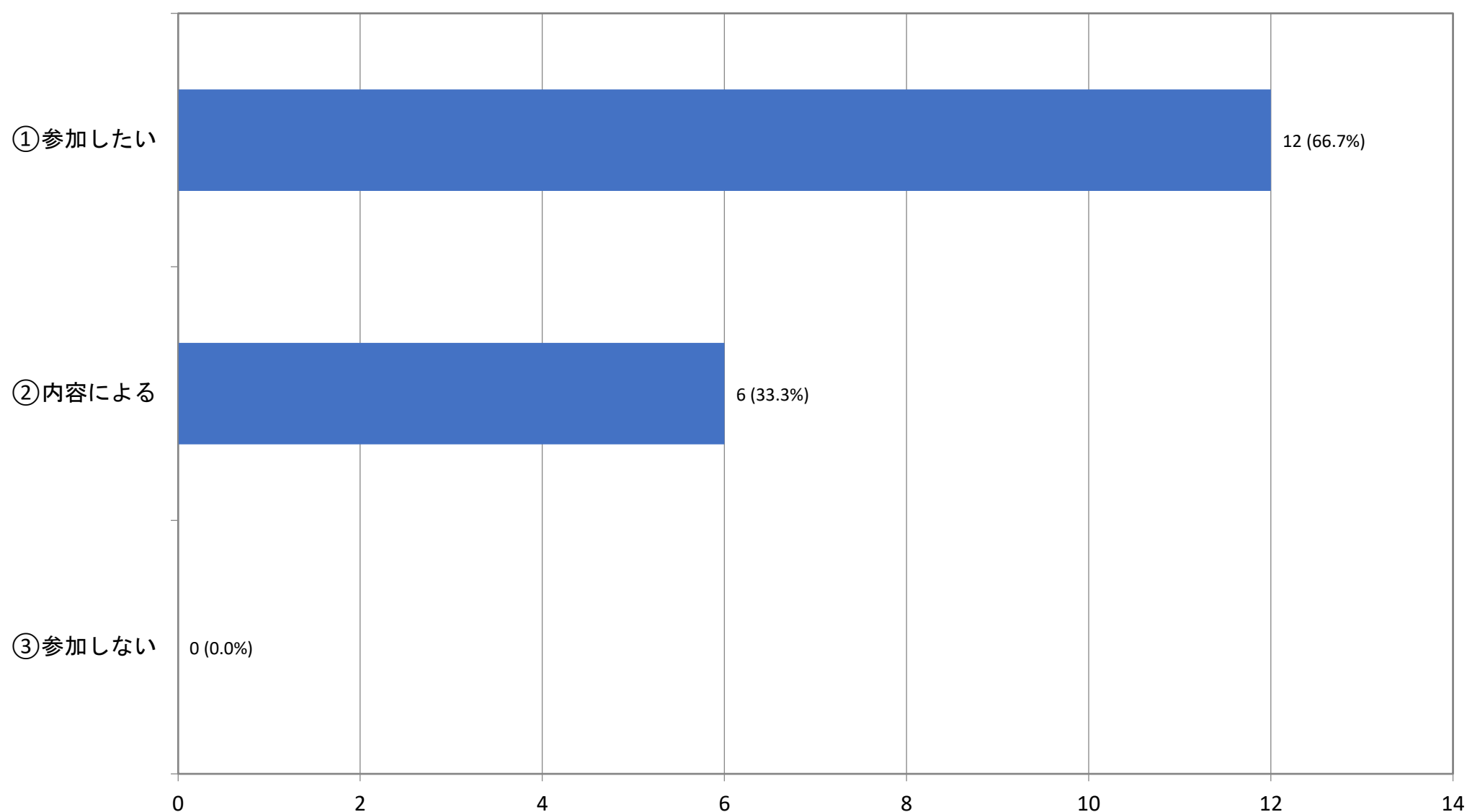
11. Alvin Du の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



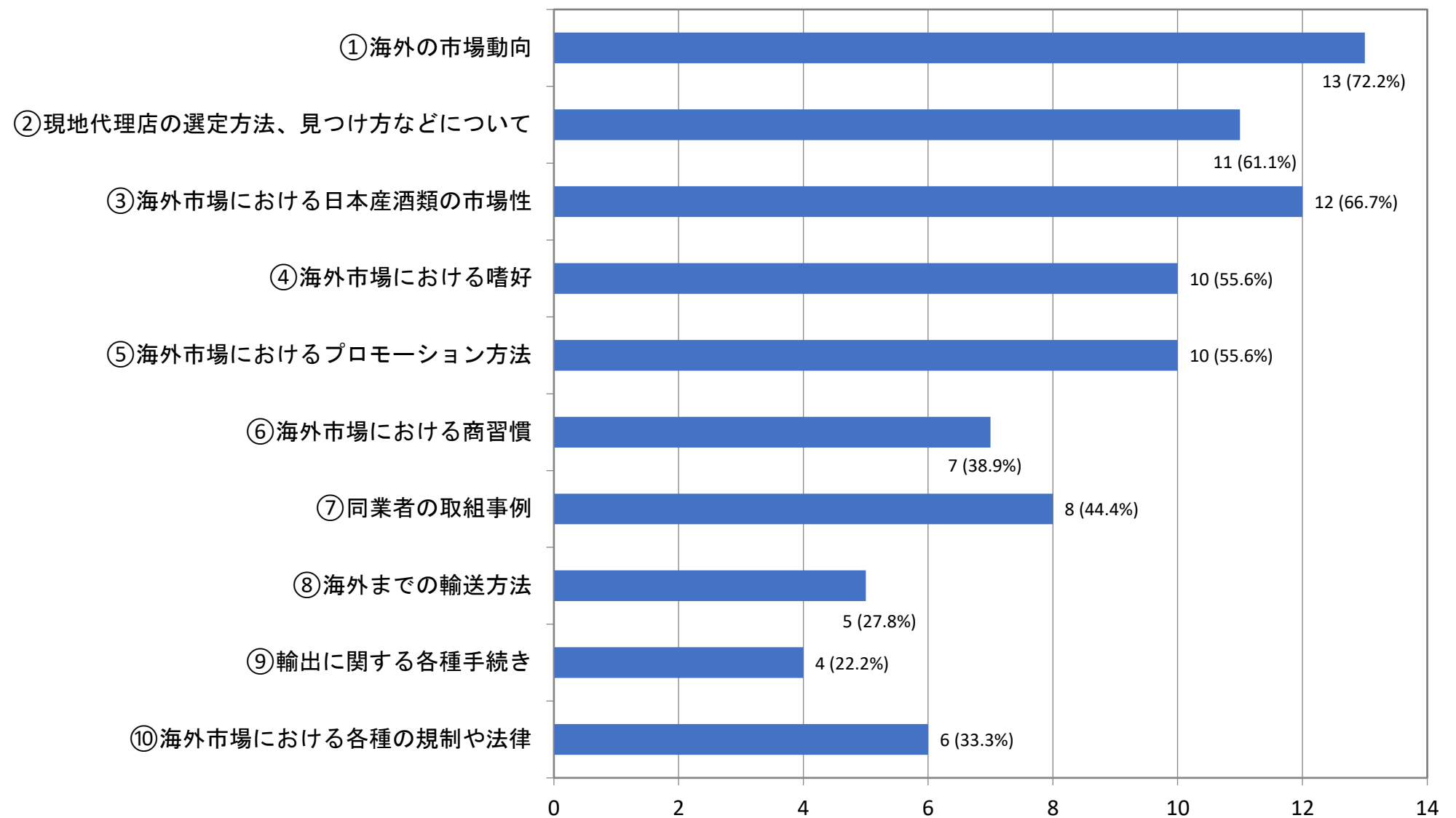
12. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

グラフ単位：人



13. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



14. Q13に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

②卸売事業者

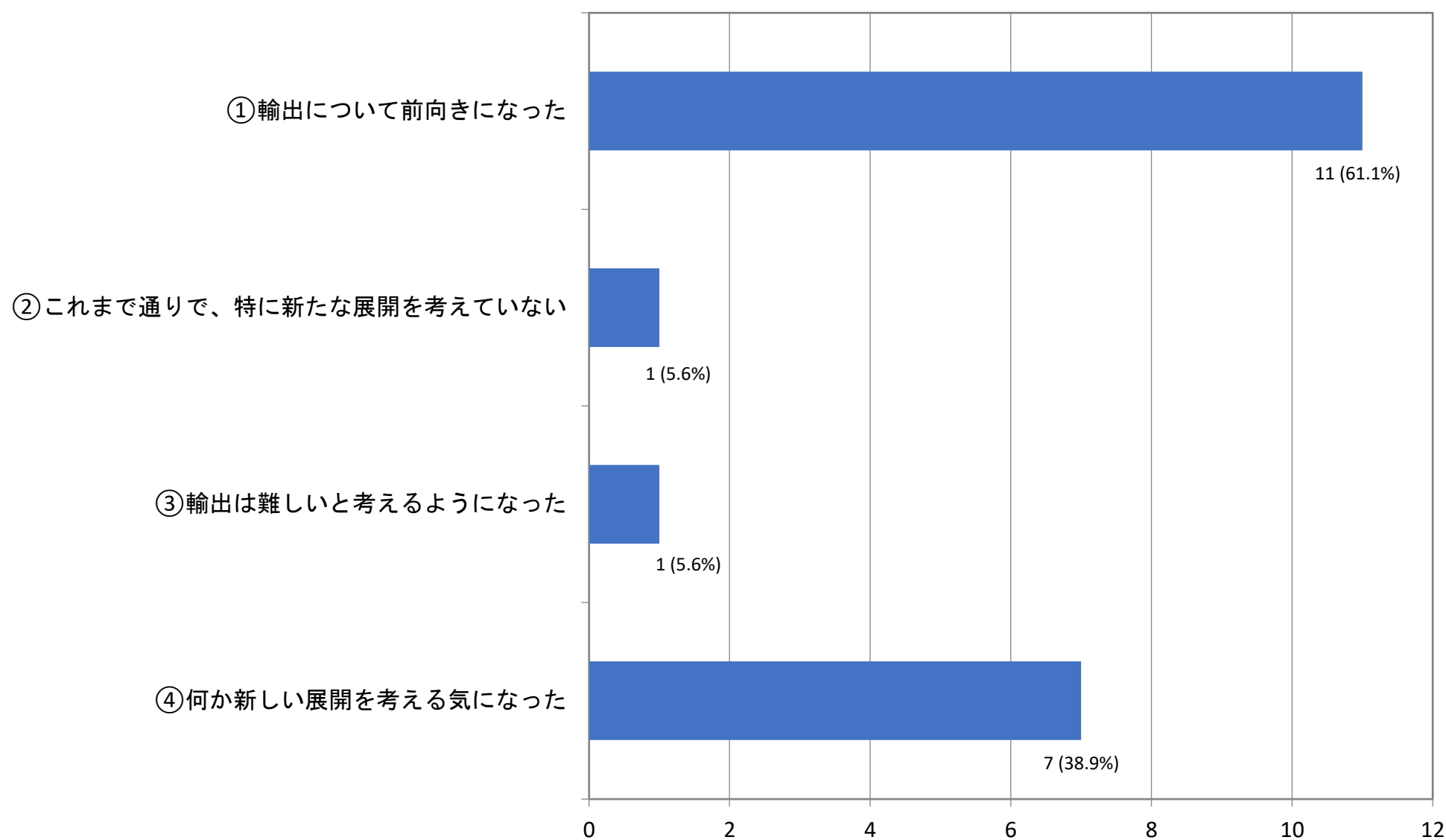
- ・設問1-10を国別に分けて説明をしていただけるとありがたい。

③その他（自治体・上記以外）

- ・実績のない企業、酒造メーカーにとっては、やはり現地バイヤーとのマッチング方法、手法のハウツー的な内容のものが非常に参考になってくるかと思う。

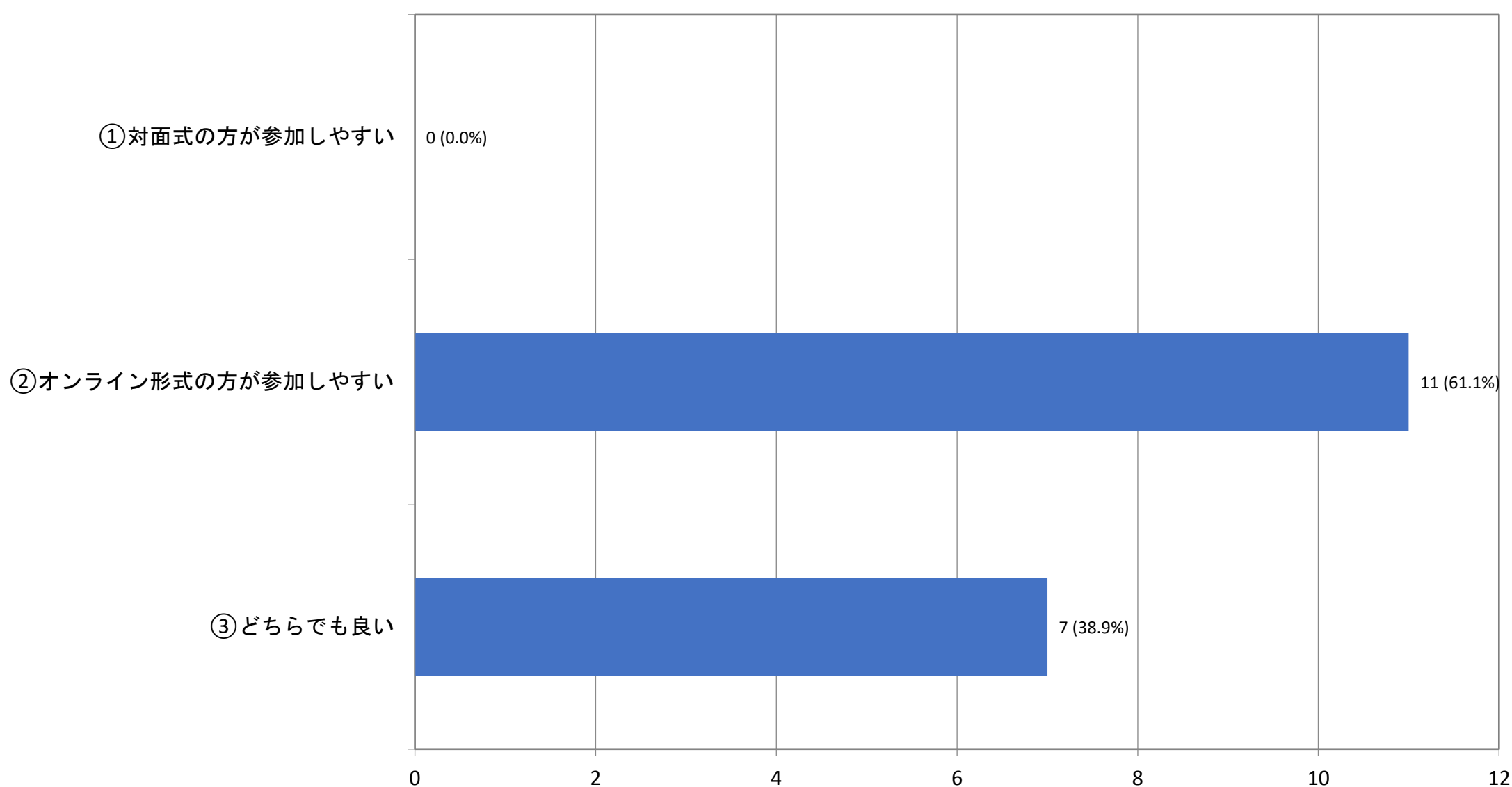
15. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



16. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



17. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

②卸売事業者

- ・貿易実務セミナー

③その他（自治体・上記以外）

- ・数多くの場数を踏みたいという意向もあるので、オンライン、対面問わず、商談会の機会を多くセッティングして頂きたいと思う。

18. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・セミナーも商談会の趣旨も、全体的にやや日本酒に偏った傾向を感じる。他にもある様々な日本の酒（焼酎、リキュール、泡盛、ワインなど）についてももう少し平等に扱って頂けると嬉しい。

②卸売事業者

本日のセミナーでは字幕があった。字幕を読むのに精一杯でダウンロードし準備していた資料へ重要点を筆記する事が難しかった。事前収録のセミナーの場合には、日本語の音声で説明をしてくれると助かる。

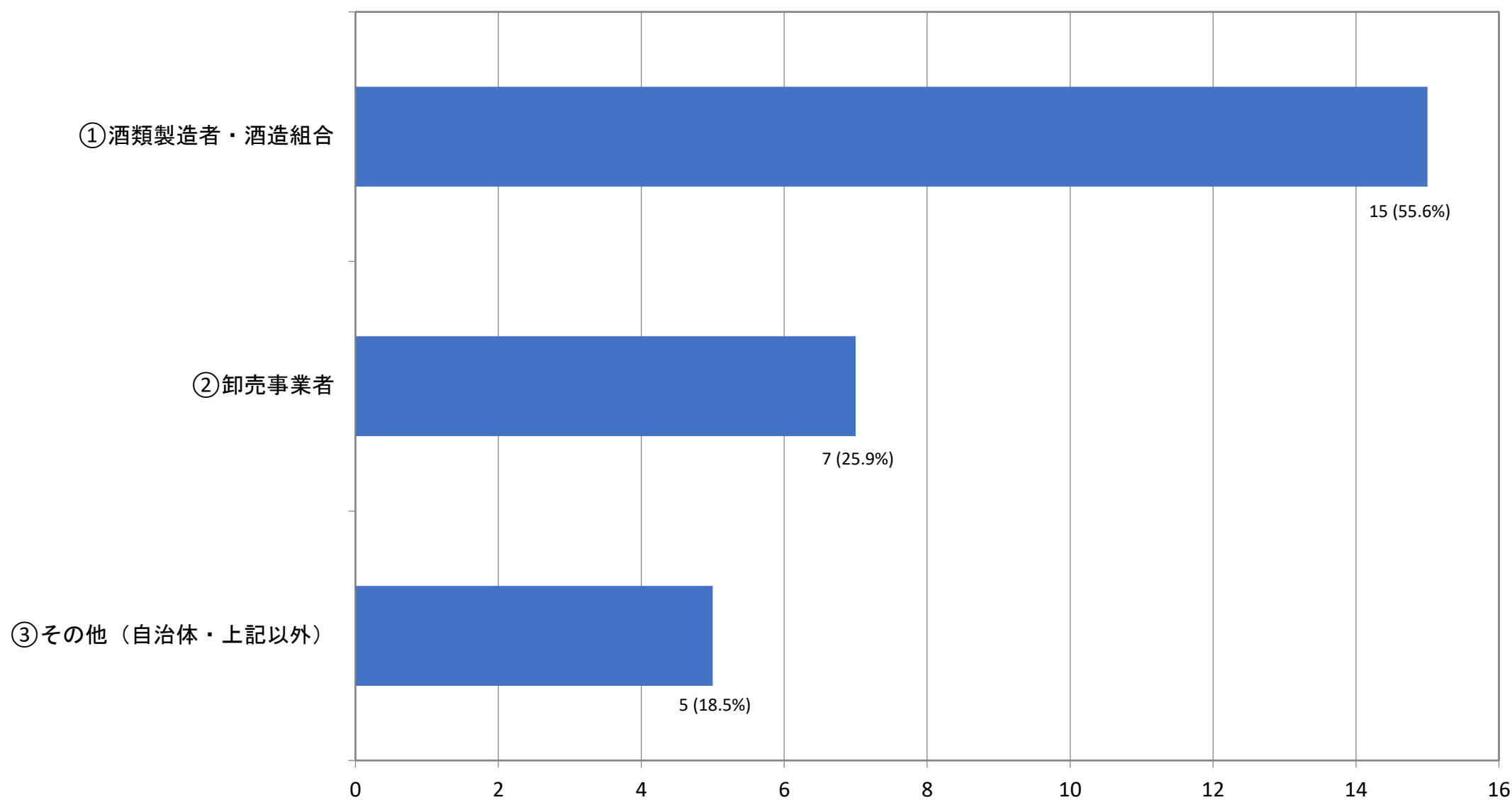
③その他（自治体・上記以外）

外国人講師の場合、日本語の字幕が出るが、日本語での音声を付けていただくとさらにわかりやすくなると思った。

▼2022年12月12日（月） セミナー

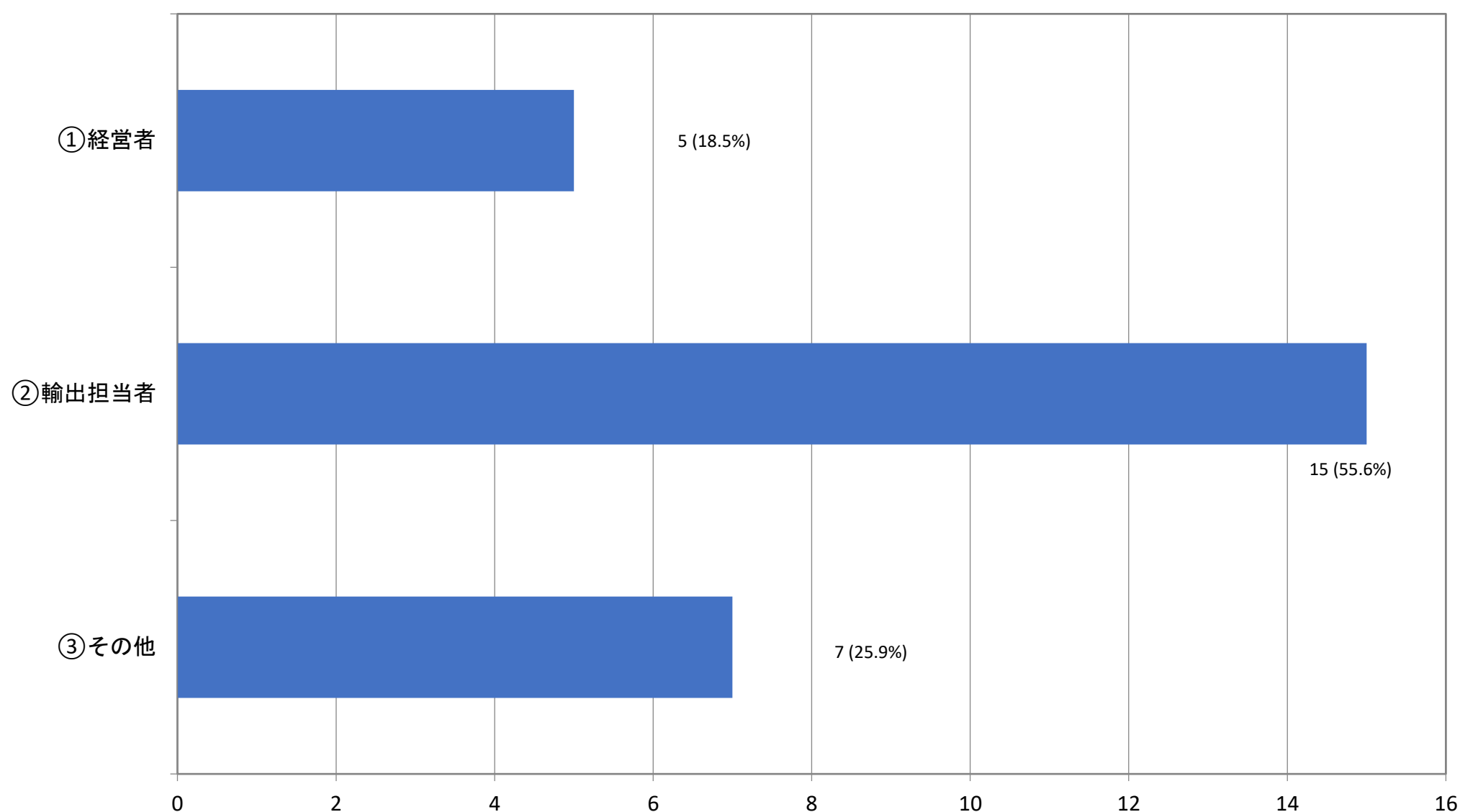
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



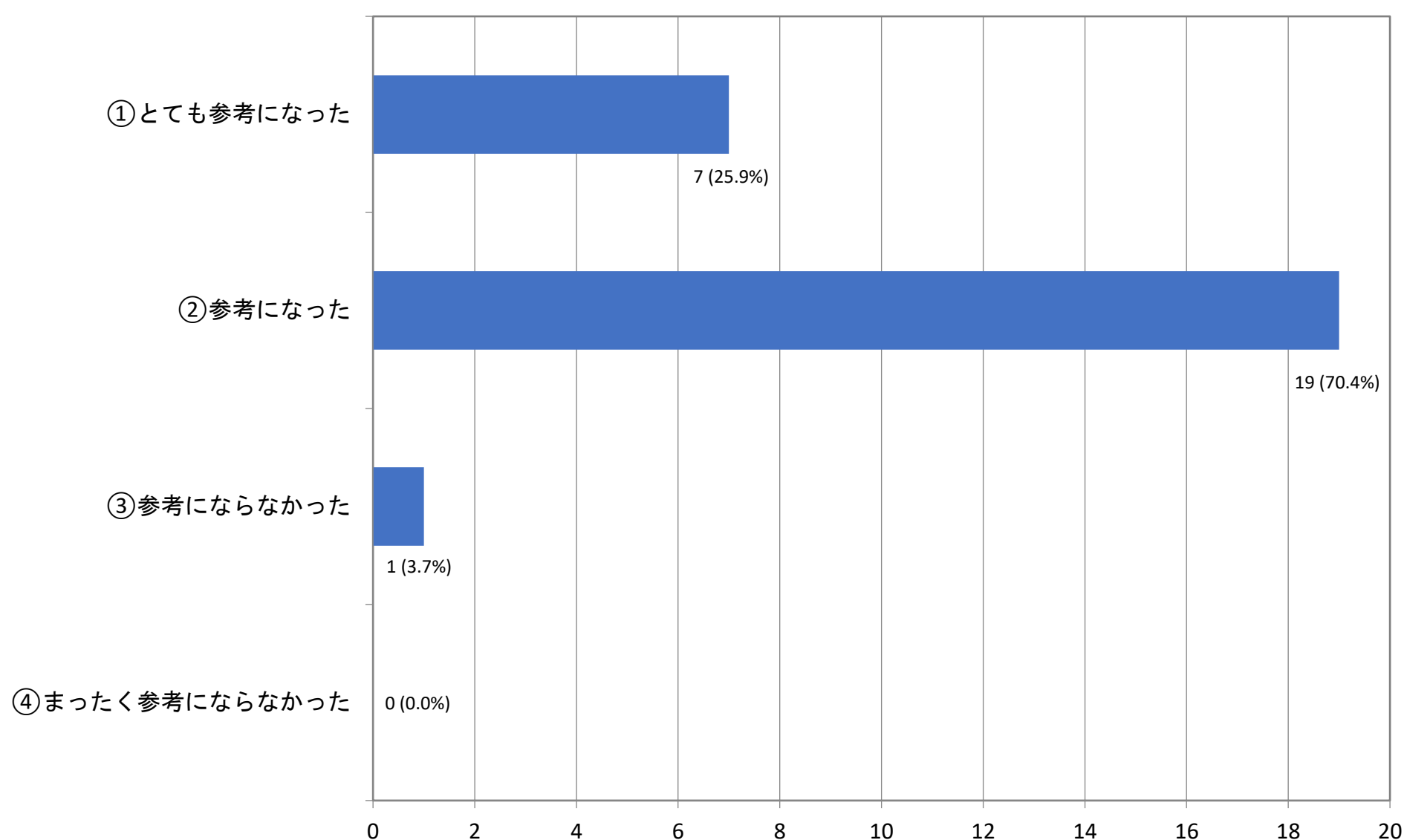
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. ①「日本産酒類の米国市場動向と販路開拓事例」（講師：中田 直尚）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・現地の日本料理店状況などが非常に参考となった。
- ・米国の現状が理解できた。
- ・これからアメリカに輸出したいと考えているため、参考になった。
- ・内容はとても濃いものだったと思うが、既にアメリカに輸出している酒蔵として、復習的な部分が半分だった。ただコロナを経てのマーケットやニーズの変化についての対応を検討する上で参考になる情報もあって良かった。
- ・現地のローカル日本食店などの紹介が参考になった。
- ・一般的な内容であった。

②卸売事業者

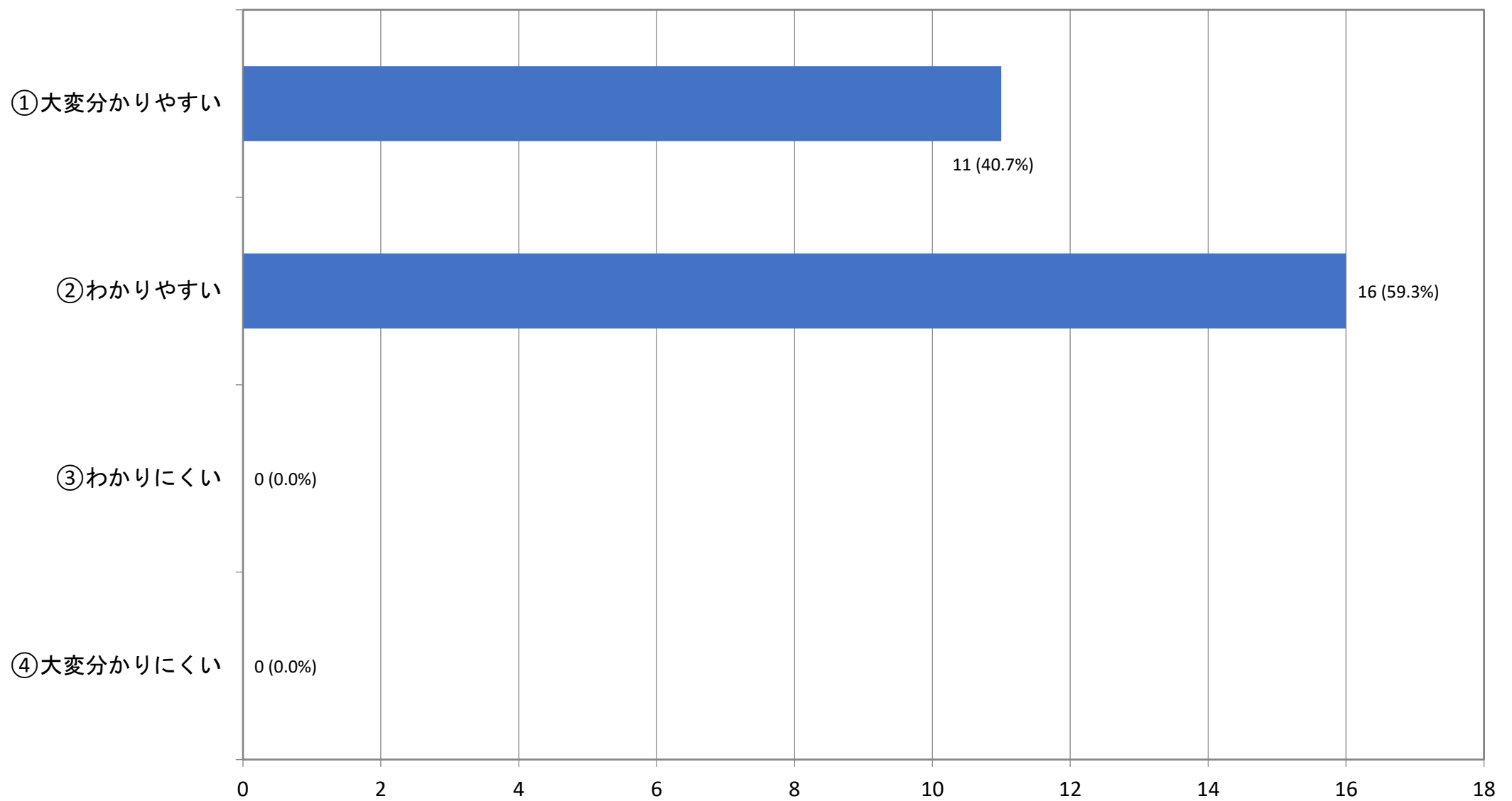
- ・米国状況とイベント情報、また営業におけるスタイルや伝えるポイントのイメージが湧きやすかった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・中田講師の話の中で、和食系のレストランではどんなタイプの日本酒が好まれるか人気があるか知ることができた。伊藤講師のEC販促方法は、ストーリーが大切という点で同感であった。最後の現地の商社関係者のコメントも大変参考になった。引続き今回のようなウェビナーをお願いしたい。
- ・クラフトビールやシードルなどの売り上げが伸びていることがわかった。現地の人気日本食レストランでの日本酒の立ち位置なども参考になった。
- ・現地の3例やレストラン営業の話が具体的で参考になった。
- ・開拓例が参考になった。

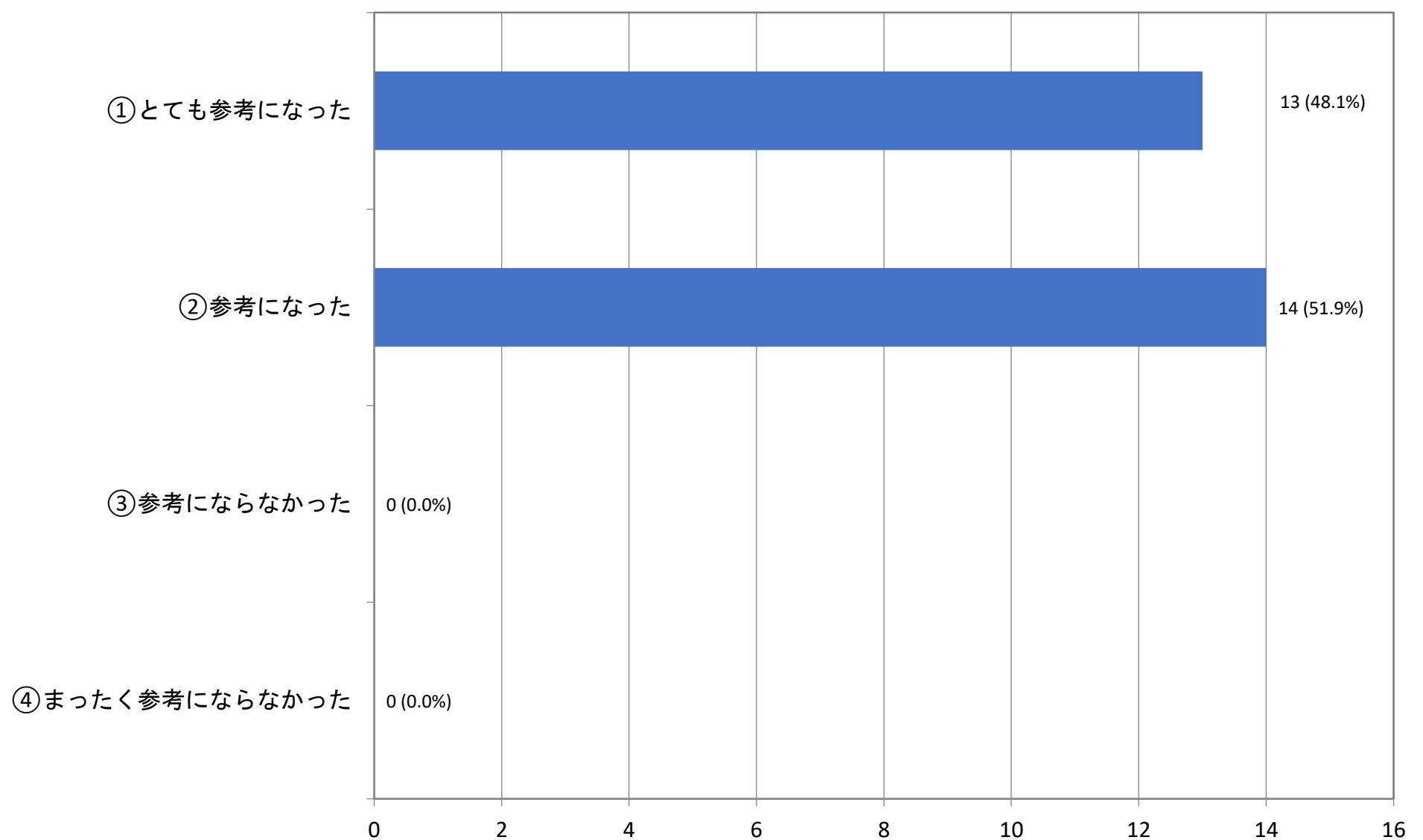
5. 中田 直尚の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. ②「Eコマースでの販売と商談・取引のポイント」(講師：伊藤 元気)
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・Eコマース事業への参入はなかなか難しい事がわかった。もっと具体的な取り組み等ご紹介を頂ければと思う。
- ・実務的な話が良かった。
- ・Eコマースでの販売参入は非常にハードルが高いように感じられた。よりの確な参入方法等をご教授頂きたいと思う。
- ・内容が具体的で参考例なども多く、実業務にも活用できる内容と感じた。

②卸売事業者

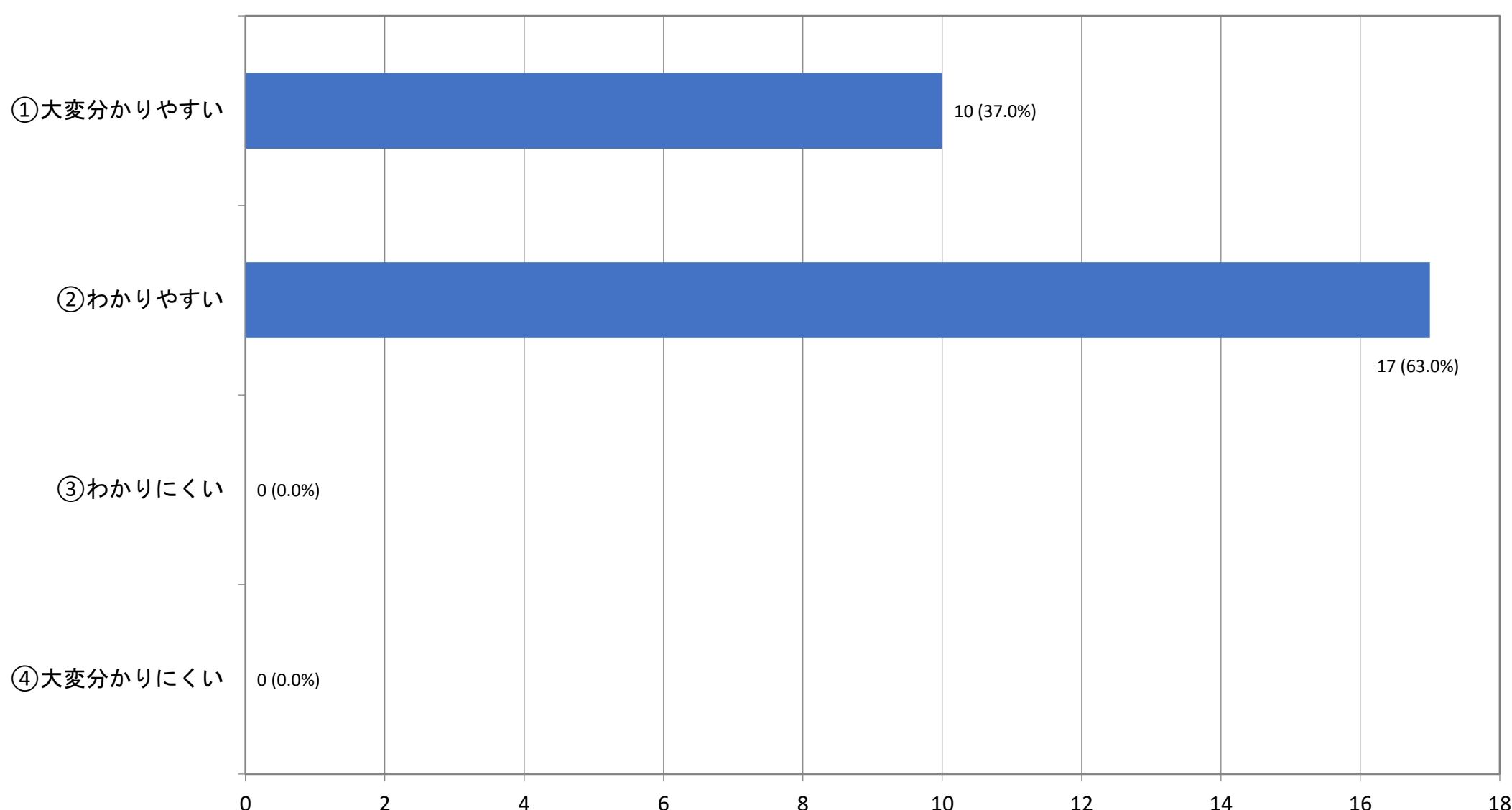
- ・Eコマースは国内でも広がりを見せる業態であり、消費者心理を意識した切り口・アプローチの考え方が参考になった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・ECでの販促でも酒蔵の個性、ただの酒蔵紹介ではない差別化されたポイントが明快に打ち出されていないと聴衆の共感をもらえない、と言う点は合点がいった。
- ・売りたい消費者のターゲットを明確にしていくことは大切なことだとわかっていたが、セミナー参加によって具体的な部分の話が聞けた。
- ・少ない気もするがダイレクトインポートの手法もあることを初めて知った。

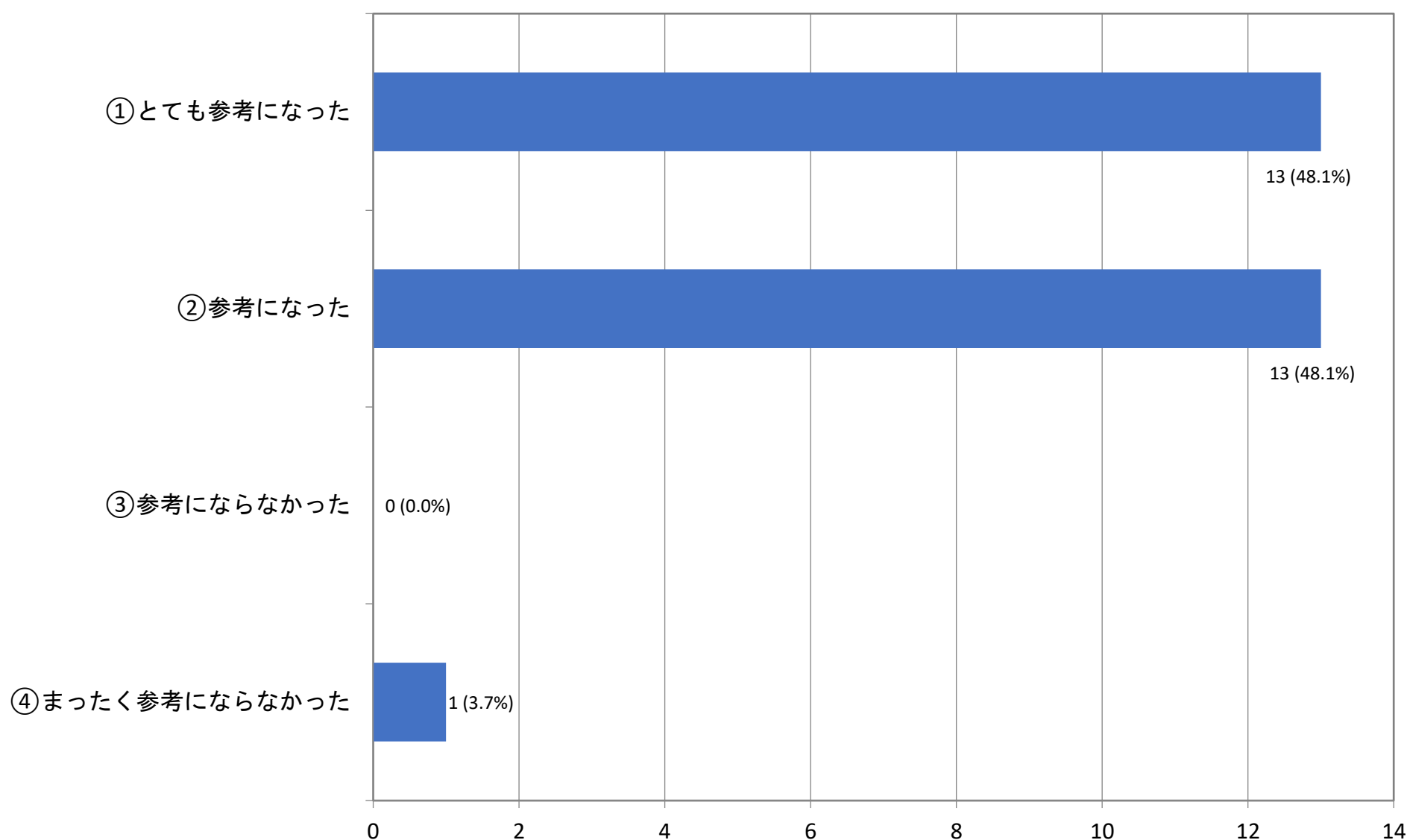
8. 伊藤 元気の説明について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



9. ③「現地バイヤーによるコメント」（複数名登壇）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



10. Q9で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・米国でのプロモーションの仕方などもう少し詳しく教えて頂きたいと感じた。代理店（エージェント）を見つけるだけでは入口に立っただけとの意味が非常に良くわかった。現地での拡販に対する経費や手段等をもっと具体的に指導頂きたいと感じた。
- ・要望がいくつか含まれていた点や、同じサイドの方からのコメントは、参考になる。
- ・実戦で役立つと思った。
- ・現地の流通方法等をより詳しく説明頂けた。

②卸売事業者

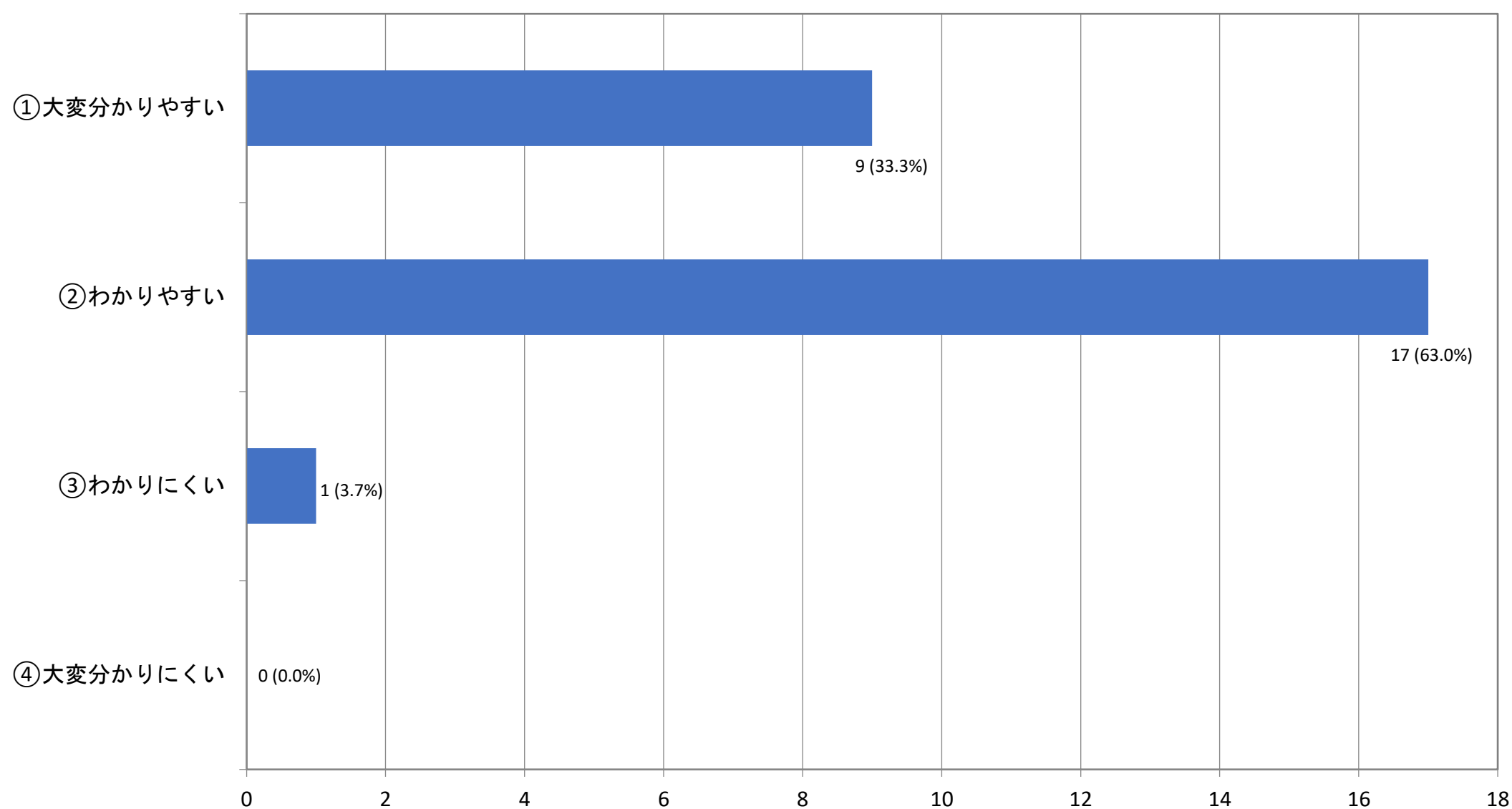
- ・Eコマースはもう少しデータなどで需給を提示してほしかった。
- ・現地での販売に必要な事項とその理由を実体験から聞いたことで、販売戦略を考える上で、現地でのニーズや思考の事例として参考になった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・Global Sales Forceの草川様、Sake secretのGreg Beck様のご紹介も大変参考になった。草川様の日本酒の入り口で果実風味の日本酒のアイデアは参考になった。
- ・さまざまなポジションの生の声を聞くことができよかった。定期的にこうした声を聞きたい。

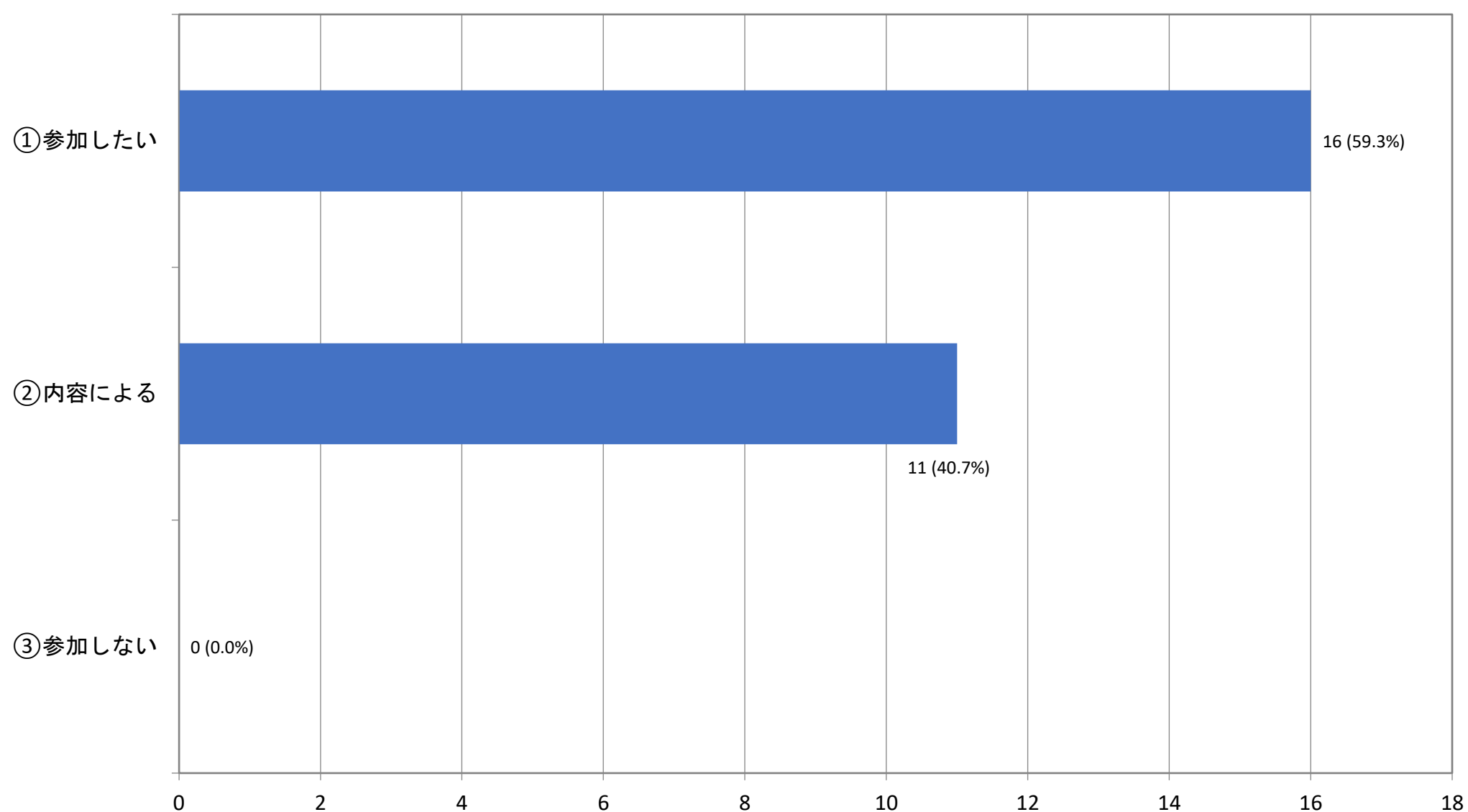
11. 現地バイヤーの説明について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



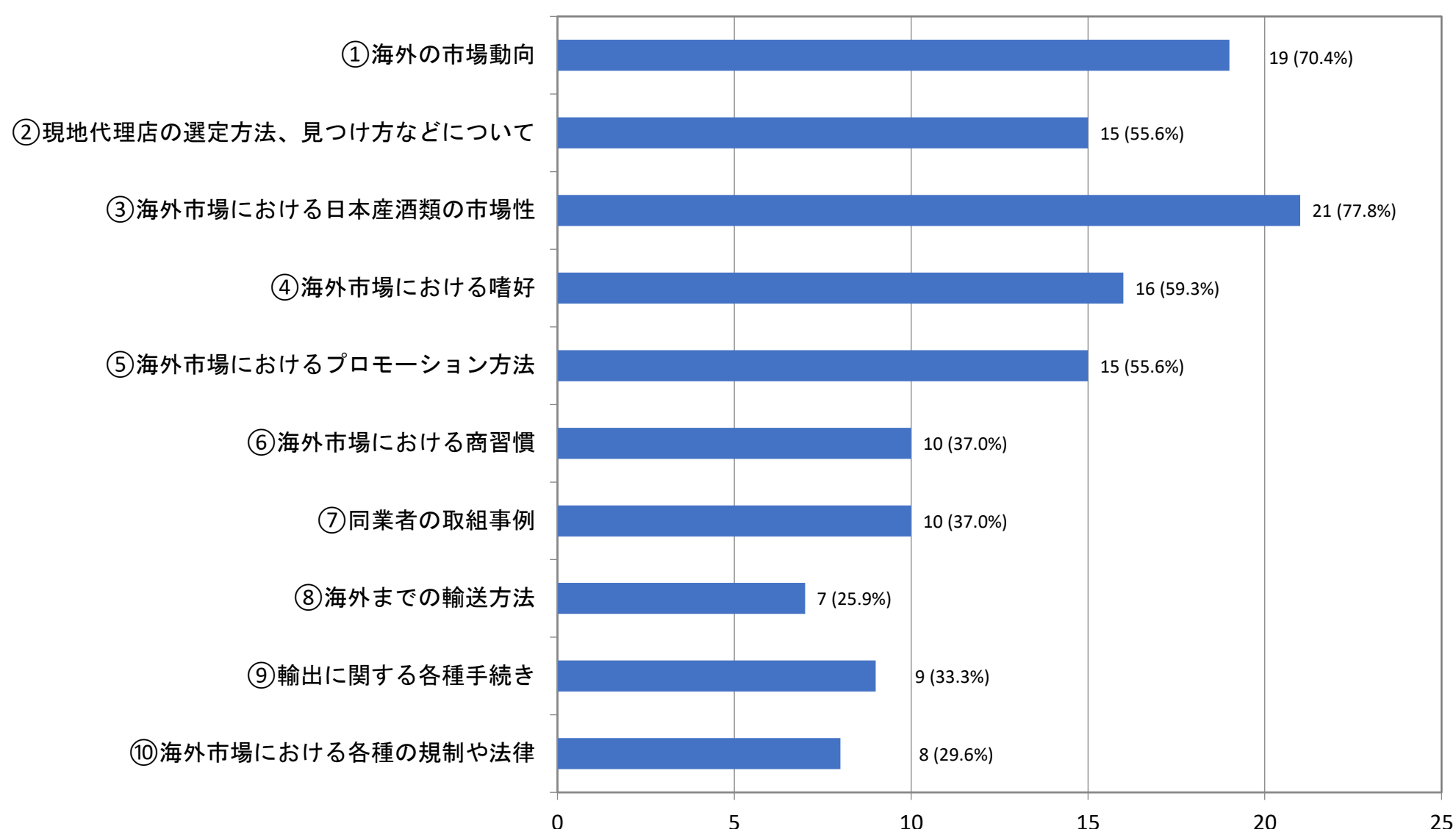
12. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



13. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



14. Q13に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

- ・ 米国への進出は非常にハードルが高く、より具体的な話などを聞かせて頂きたい。
- ・ 米国現地への販売動向など成功例などを詳しく説明していただきたい。又販売へのプロモーション費用なども参考までに教えて頂きたい。

② 卸売事業者

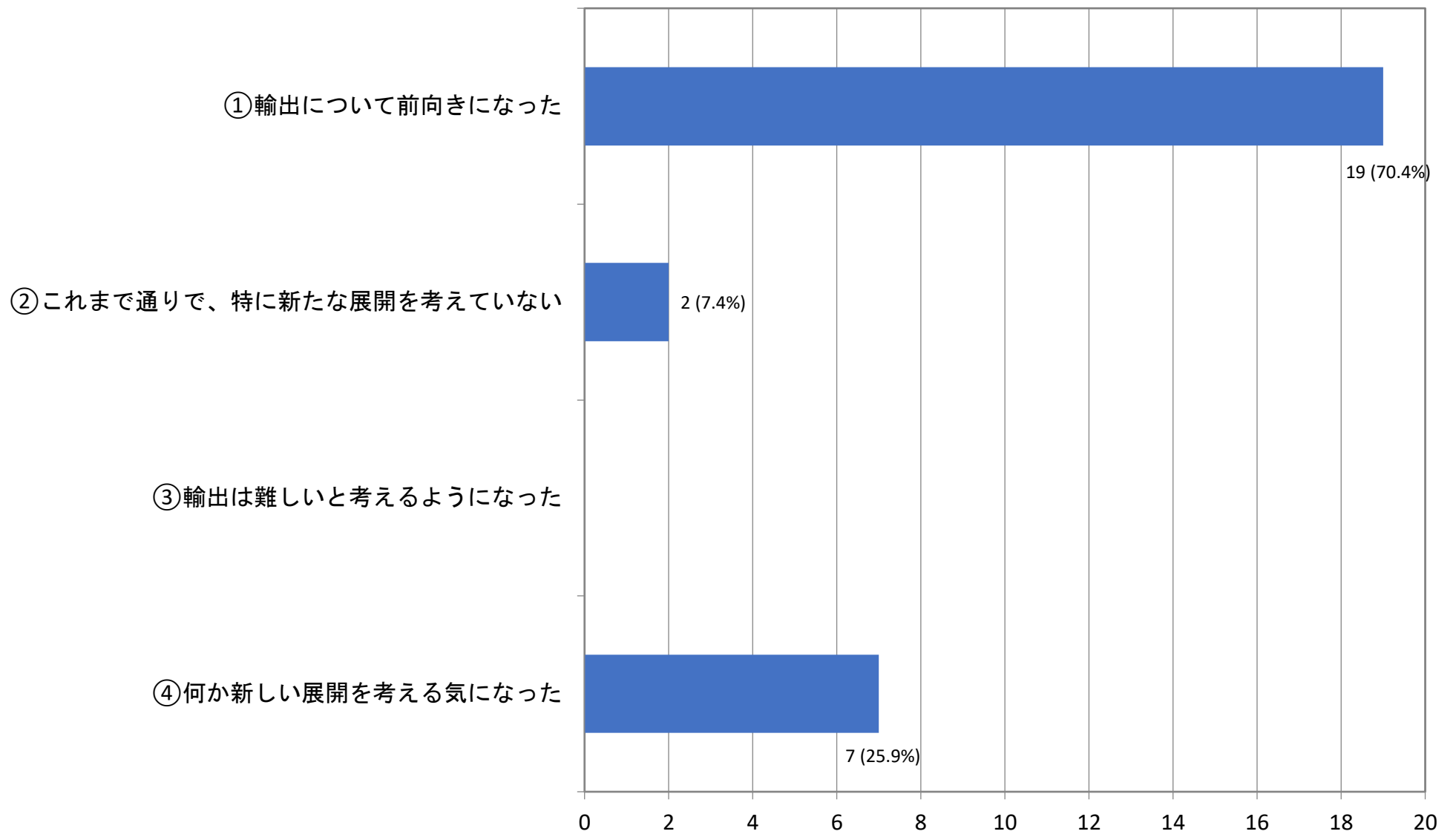
- ・ インドに関して最新の情報が欲しい。

③ その他（自治体・上記以外）

- ・ 中小の商社で欧米市場にアクセスと得意先のあるルートを持っている企業との商談会等の企画をたくさんお願いしたい。

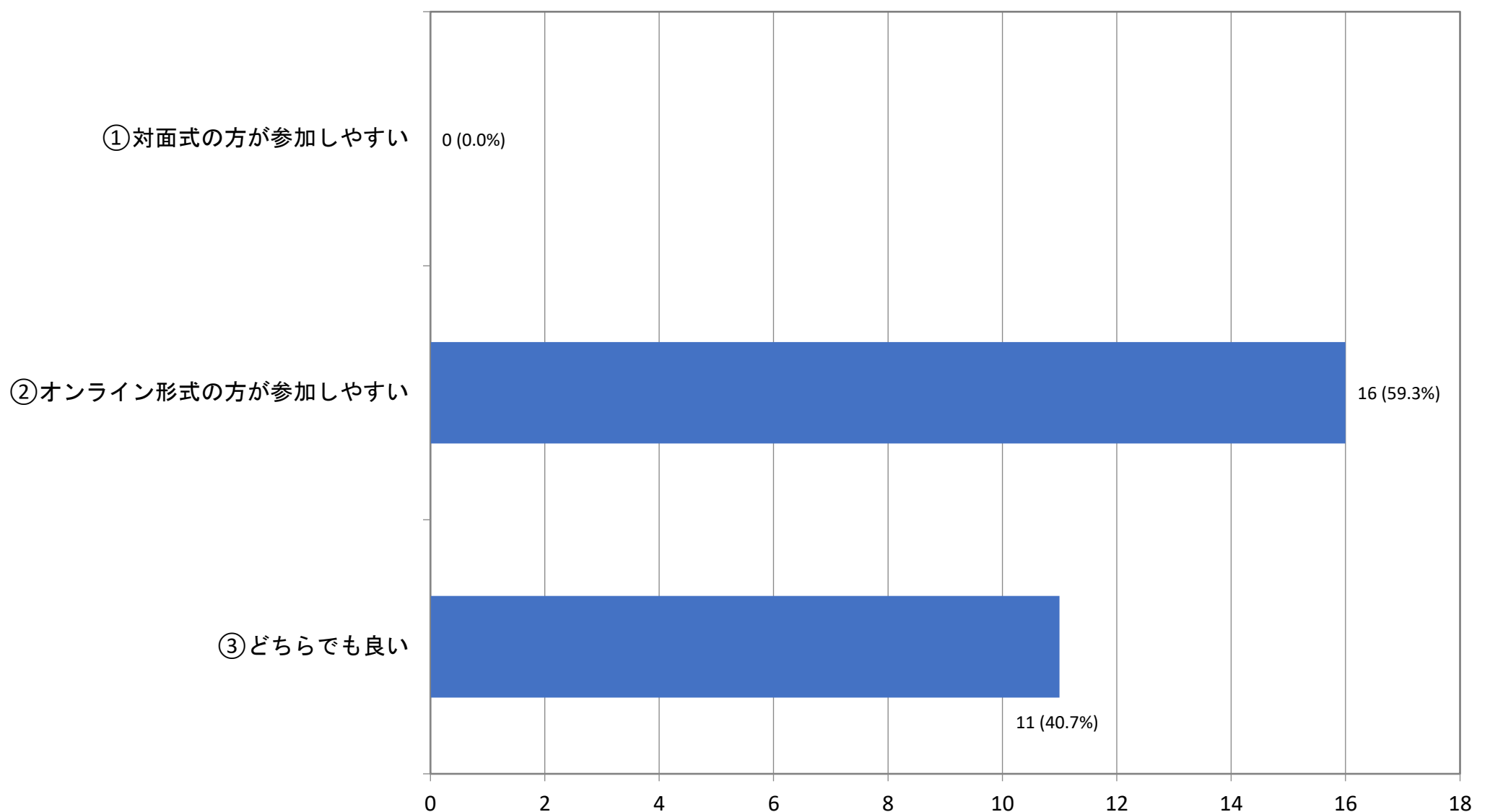
15. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



16. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



17. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・米国での商談会スケジュール等があれば是非紹介頂きたい。
- ・今まで通りセミナー中心が良い。
- ・現地商談会情報など紹介頂きたい。

②卸売事業者

- ・貿易実務面でのサポート。

③その他（自治体・上記以外）

- ・商社とのマッチングを促進する商談会が益々必要と感じた。

18. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

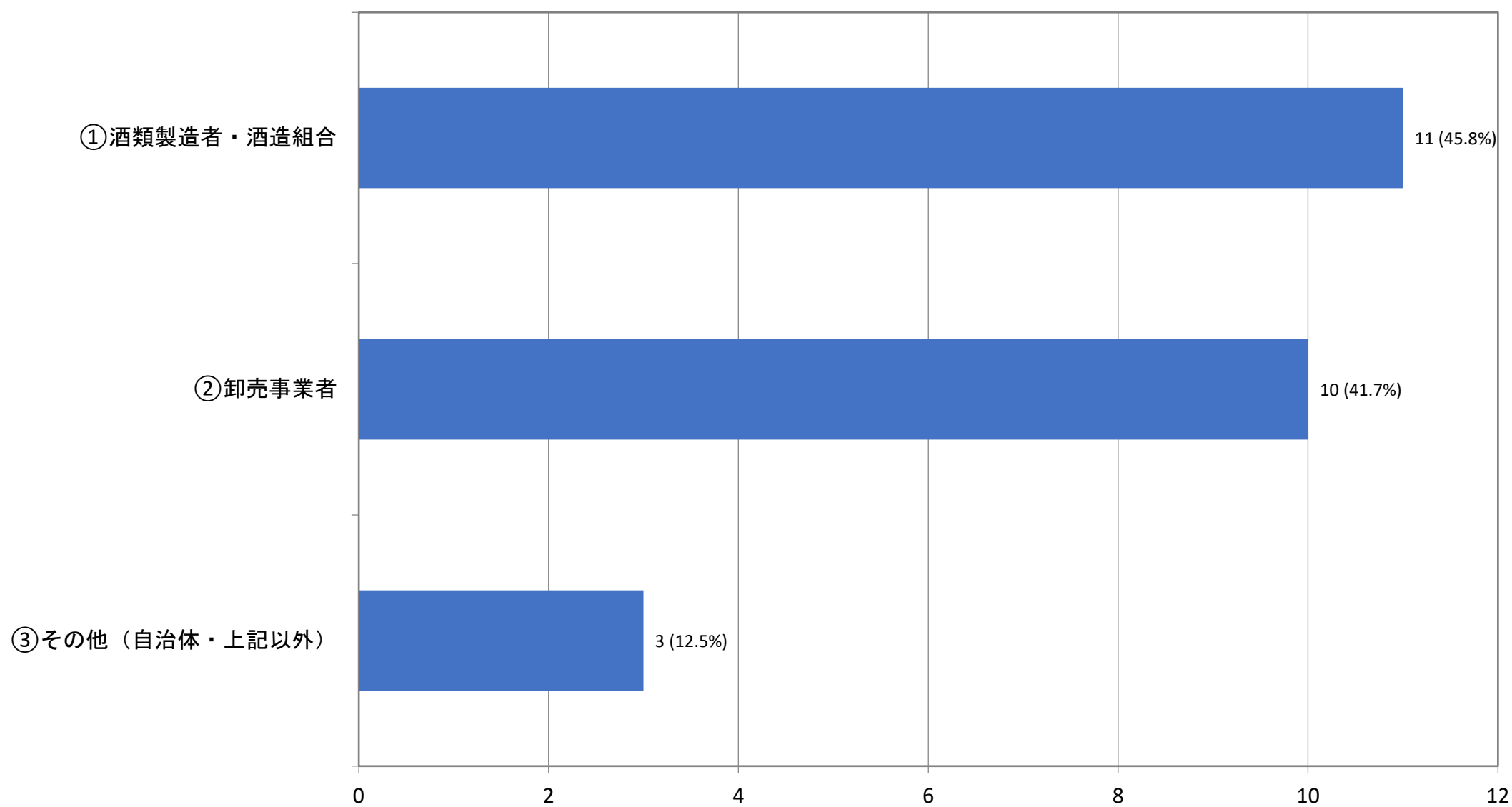
①酒類製造者・酒造組合

- ・資料のメールをもっと早く渡してほしい。オンラインなので会社で見ているとは限らない。早めに頂くと、前もって資料を見ることができる。
 - ・現地の生の声を聴けることは非常に参考になった。定期的に現地情報等をお聞かせ頂きたい。
 - ・そろそろ全方位的なものではなく、かなり細分化してのセミナー開催もあってよろしいかと思う。
- 国・業態別展開先・輸出規模などによってセミナー対象者を変えてという段階かなと思う。

▼2022年12月16日（金） セミナー

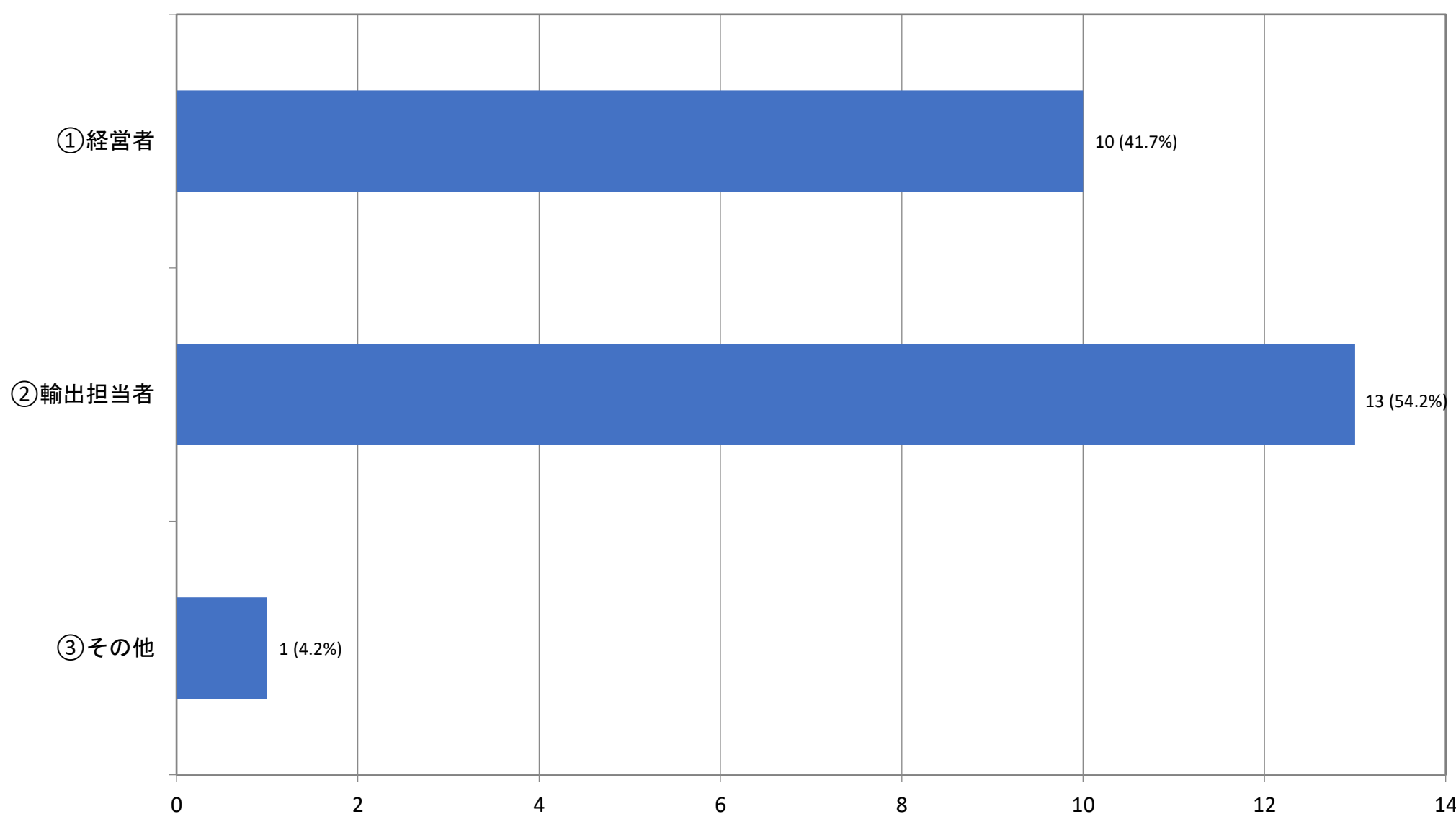
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



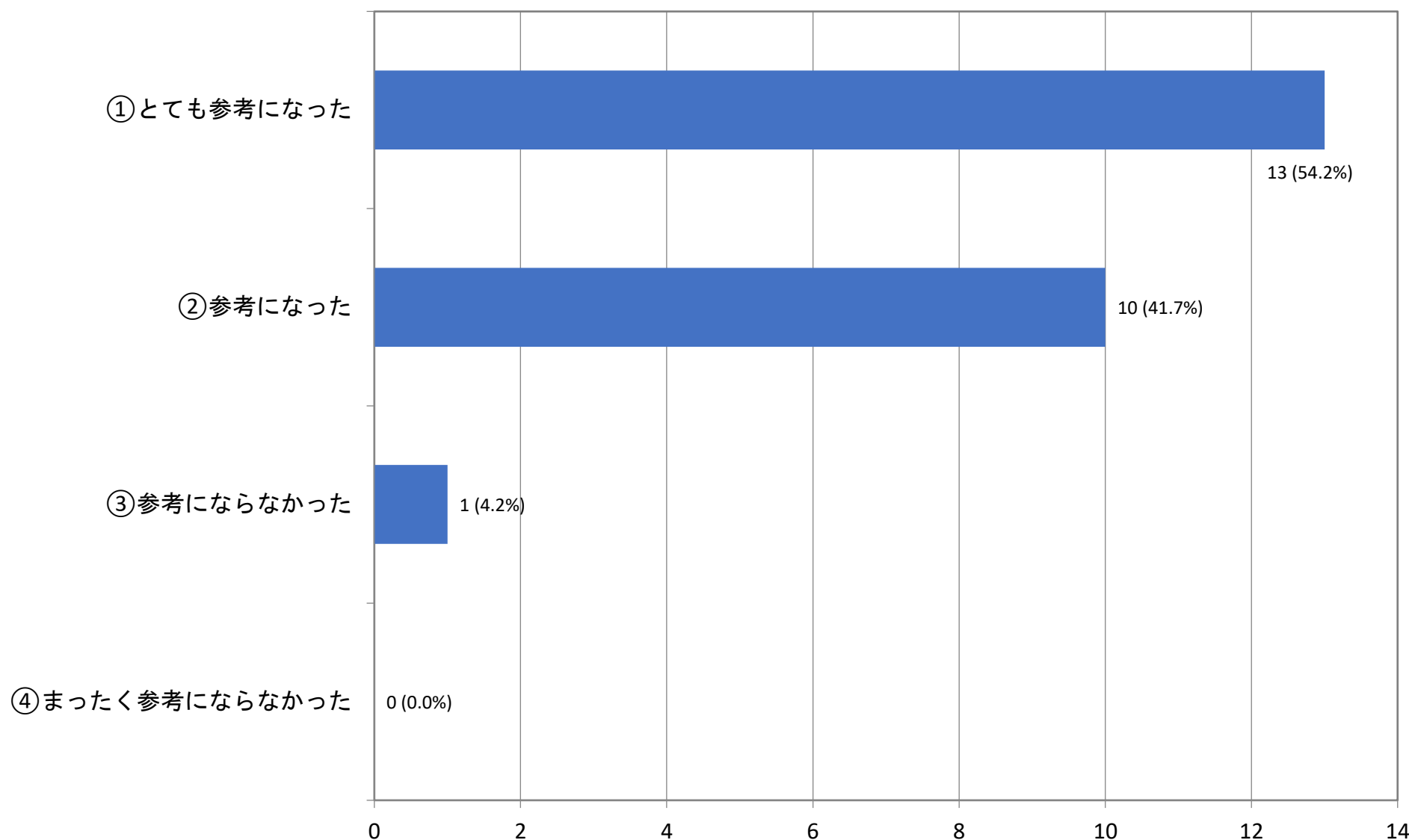
2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人



3. ①ドイツセミナー（講師：Alexander van Hessen）
 上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・具体的な店舗の紹介があり、どのようなところにどのような需要があるか参考になった。
- ・前回の対面型商談会に参加してみて、ドイツ国内でもディストリビューター様によって特異な地域がある事など多くの事を学ばせていただいた。今回のセミナーで、事前準備、バイヤー説明の重要性、フードペアリング、飲み方の提案について学ばせていただいたので、今後の商談に役立てていきたい。
- ・現地取扱業者の出展の様子や課題、問題点がよく分かった。
- ・事前準備の重要性、酒質へのこだわりよりも重要なアピールポイントがたくさんあること、そしてマーケットを知ることや商談相手に応じたプレゼンの重要性など、参考になった。ただ、これはフランス含め欧州全体や北米でも同じ話なので、内容自体は再認識する部分も多かった。

②卸売事業者

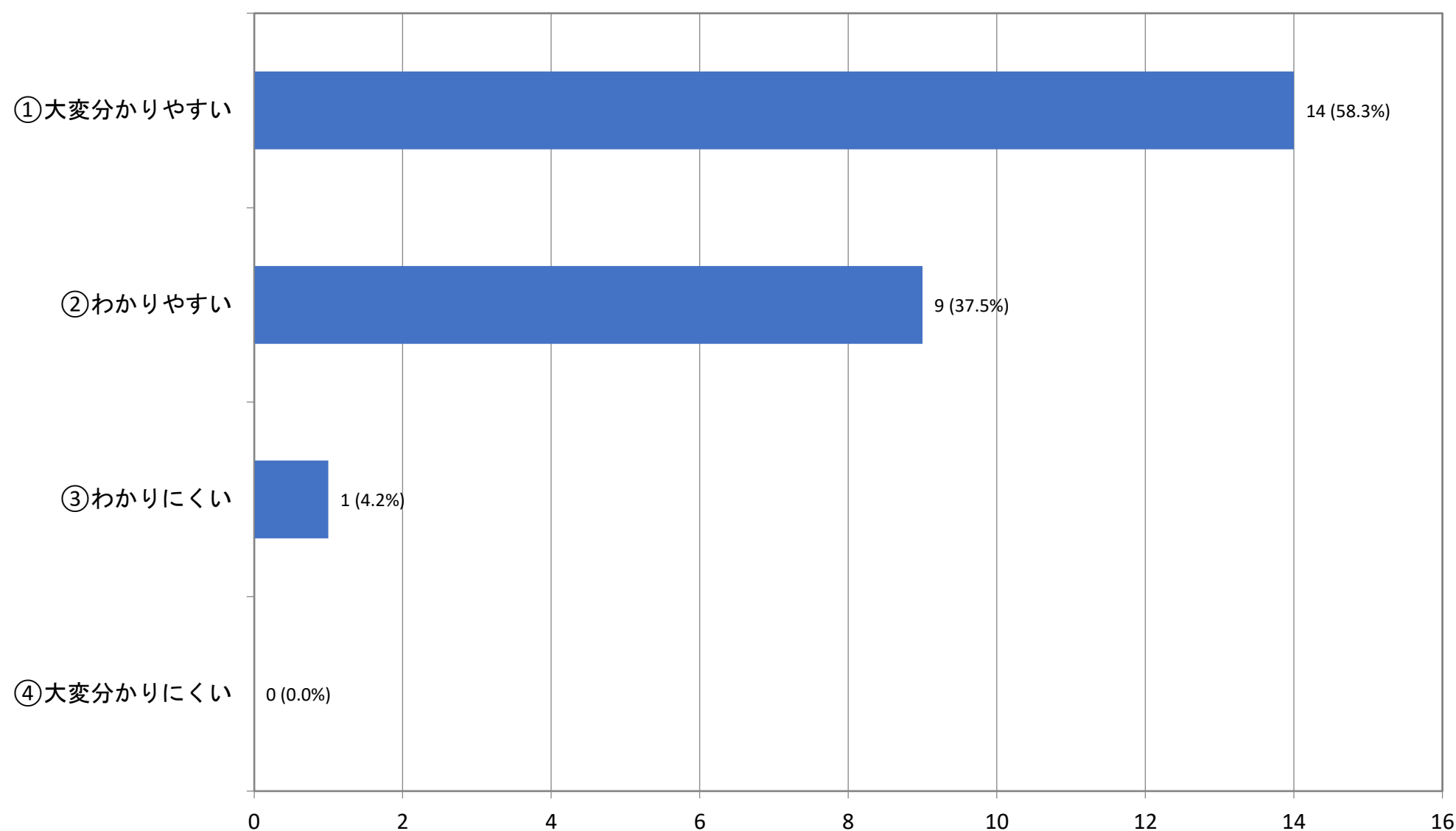
- ・レストラン業態の営業品目に小売店や同業レストランへの卸売りをしている事がわかった。
- ・フードペアリングの提案の重要さを再認識した。
- ・商談成約に向けてのポイントがわかりやすく今後の準備に活かしたい。
- ・ドイツ市場においての日本酒の位置づけや嗜好が明確で分かりやすかった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・期待した内容と違っていた。

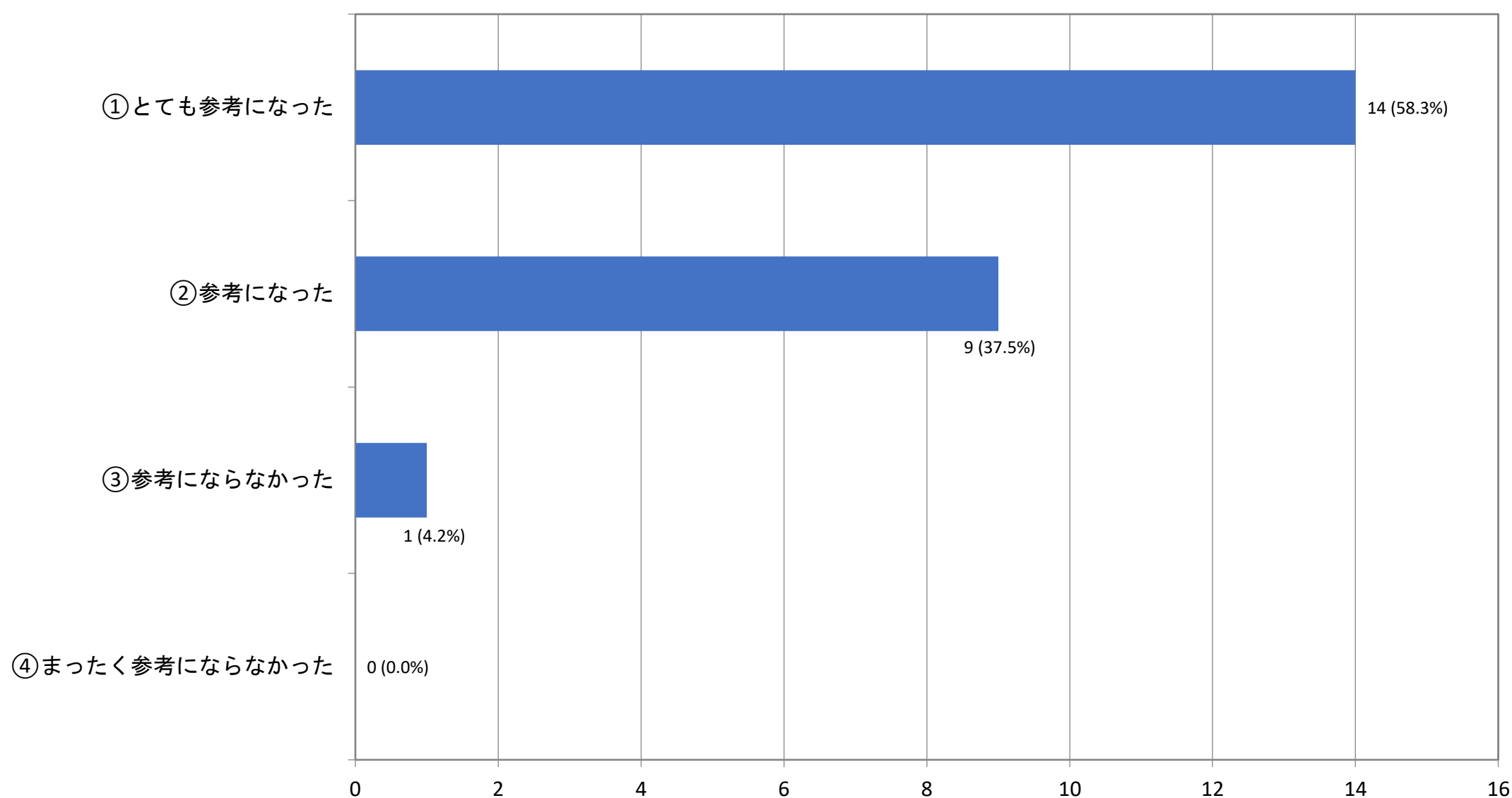
5. Alexander van Hessenの説明について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



6. ②フランスセミナー（講師：Sylvain Huet）
上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・フランス人の指向がわかった。
- ・ドイツでの日本酒の嗜好、どんな商品を求めているか等がわかった。
- ・前回の対面型商談会に参加してみて、既にフランスには数多くの銘柄の日本酒が紹介されている事を感じた。その中で如何に自社商品が選ばれるかについて、新たなニーズの掘り起こし、ストーリーや哲学そして日本酒は日本文化そのものである事をしっかり伝える事、ペアリングの重要性を再認識したので、今後の商談に役立てていきたい。
- ・事後検証や今後の準備のためのイメージが作りやすかった。
- ・事前準備の重要性、酒質へのこだわりよりも重要なアピールポイントがたくさんあること、そしてマーケットを知ることや商談相手に応じたプレゼンの重要性など、参考になった。ただ、これはドイツ含め欧州全体や北米でも同じ話なので、内容自体は再認識する部分も多かった。

②卸売事業者

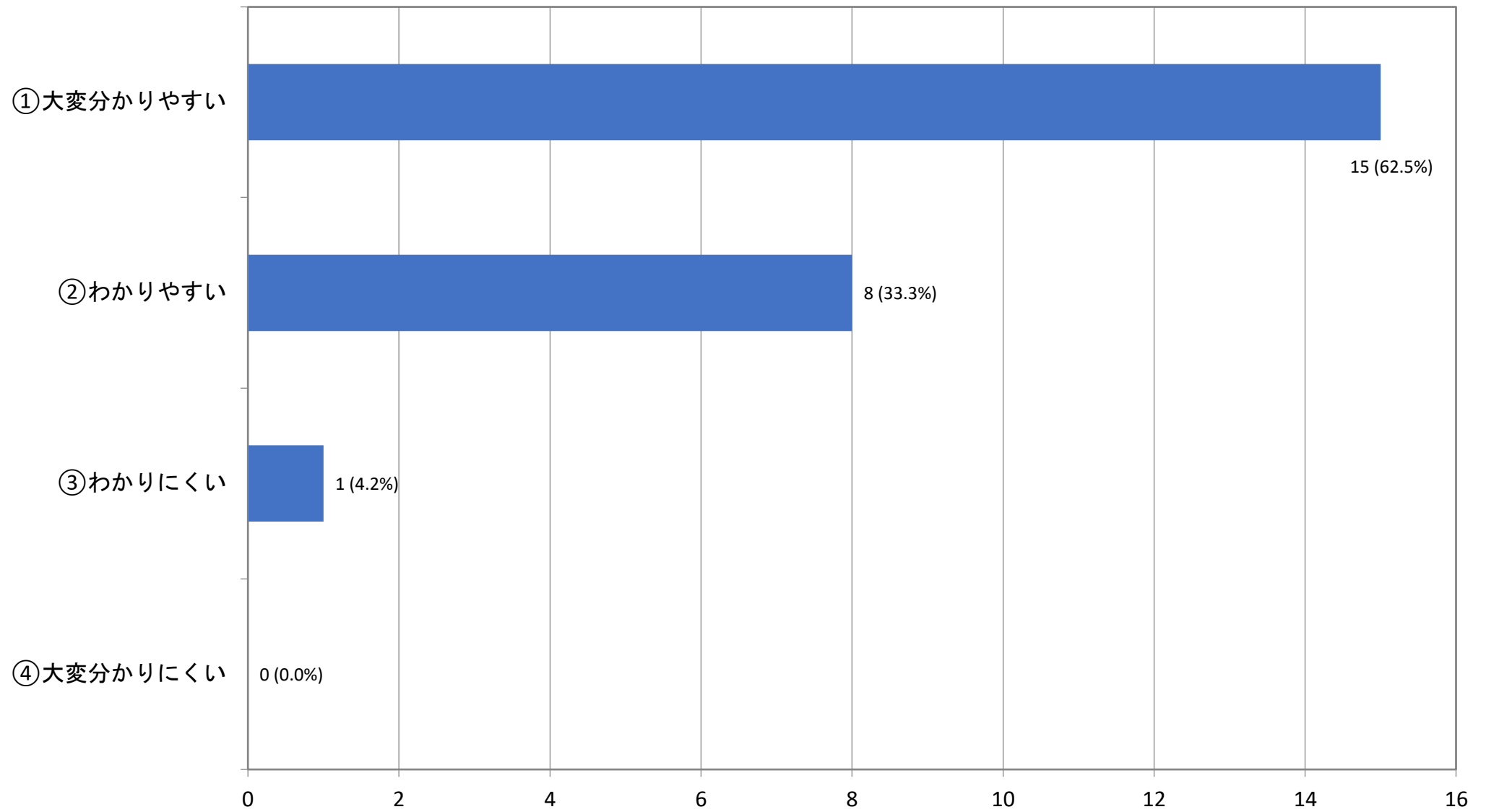
- ・エントリーモデルとハイエンドモデルの重要性、オリジナリティと職人による手作りなどの優位性を理解した。
- ・ピッチが大切ということを学んだ。
- ・商談成約に向けてのポイントがわかりやすく今後の準備に活かしたい。
- ・フランスの文化や傾向なども交えての話で非常に分かりやすかった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・期待した内容と違っていた。
- ・フランスに合う商品を作るよりも日本に元からある商品のオリジナリティをアピールし、いかにバイヤーの商品選びにプラスかを説明、提案するほうがチャンスつかめる、との言葉が参考になった。

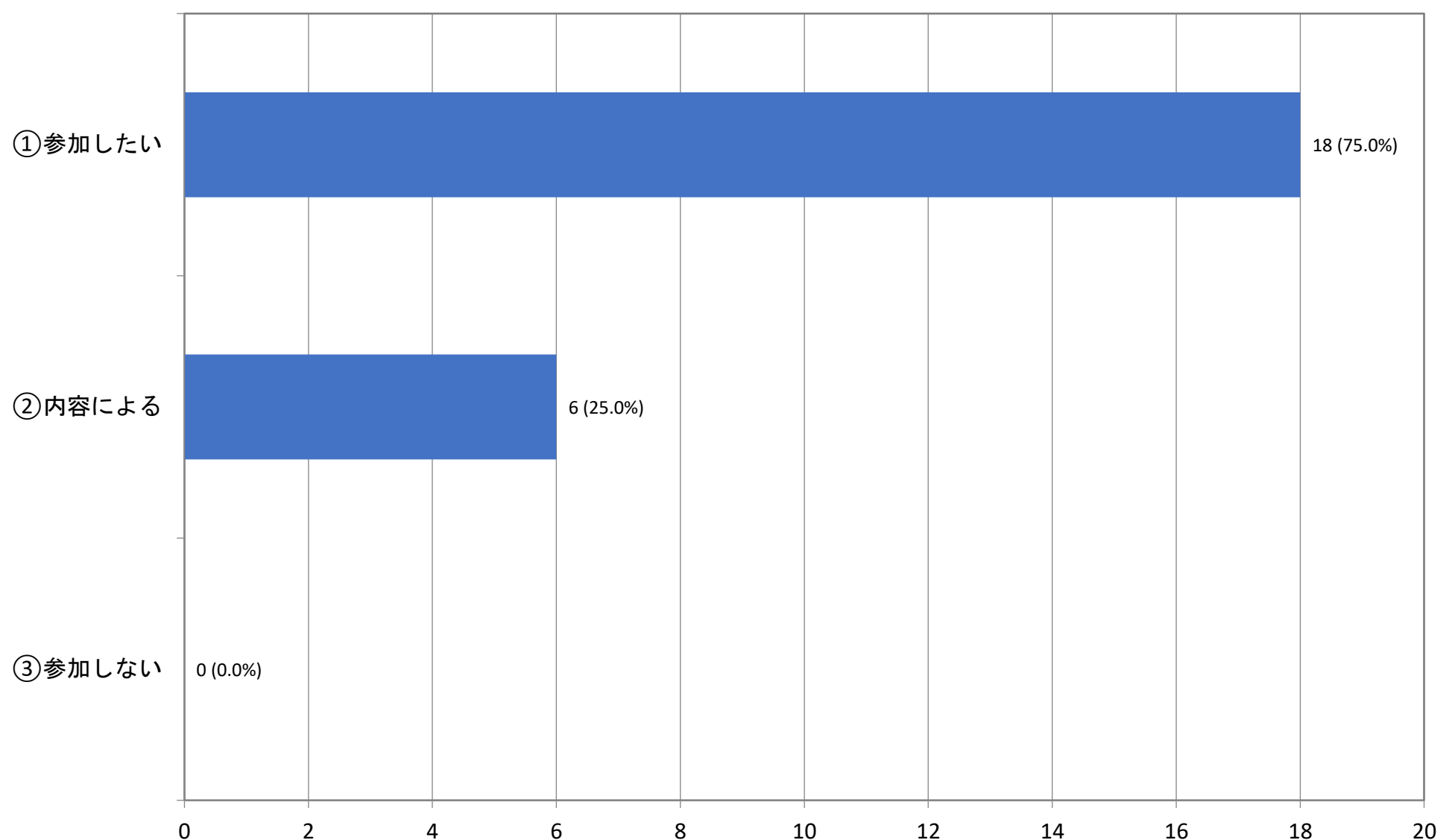
8. Sylvain Huet の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



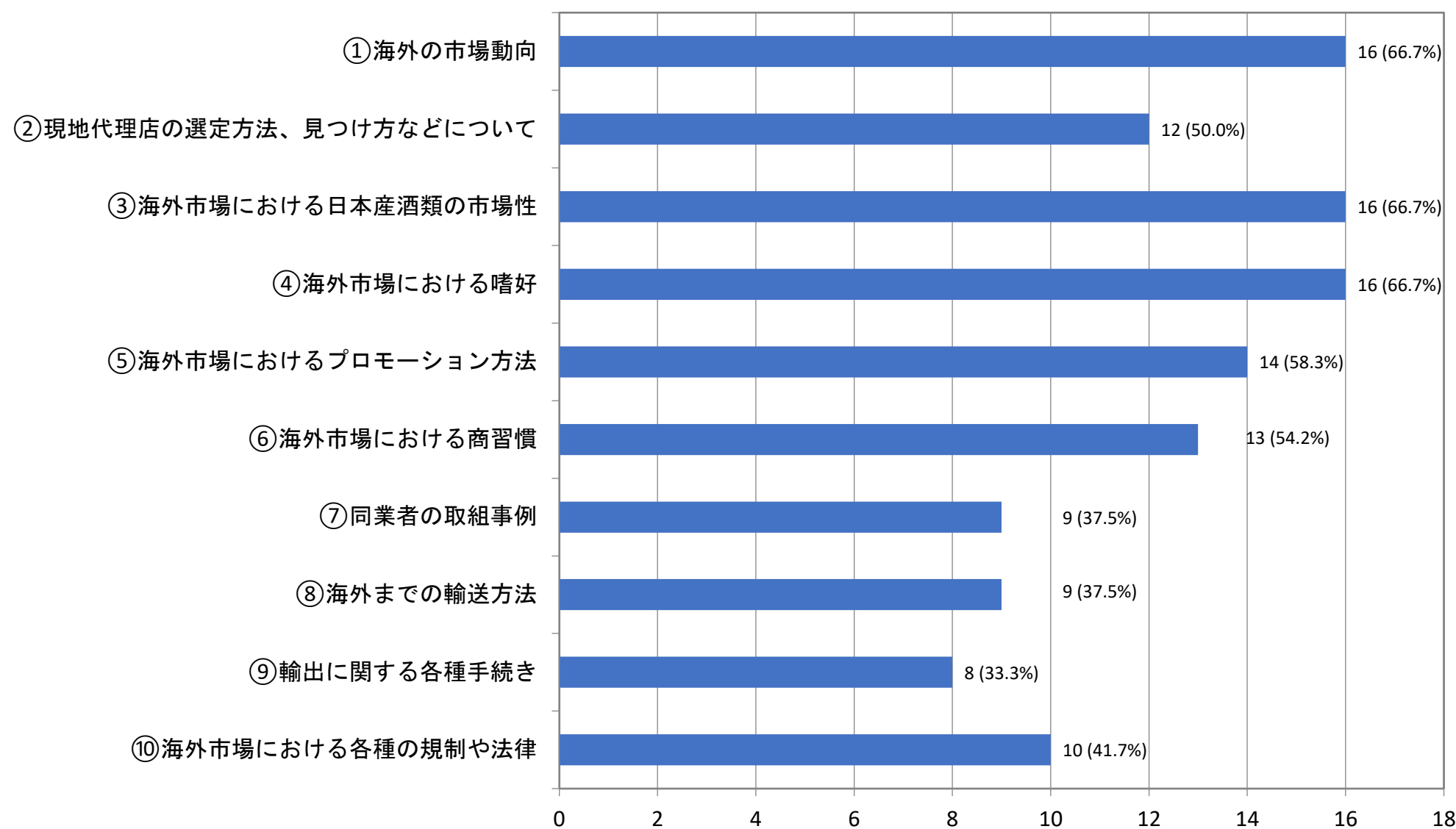
9. 今後このようなセミナーに参加したいと思いますか。

グラフ単位：人



10. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



11. Q10に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

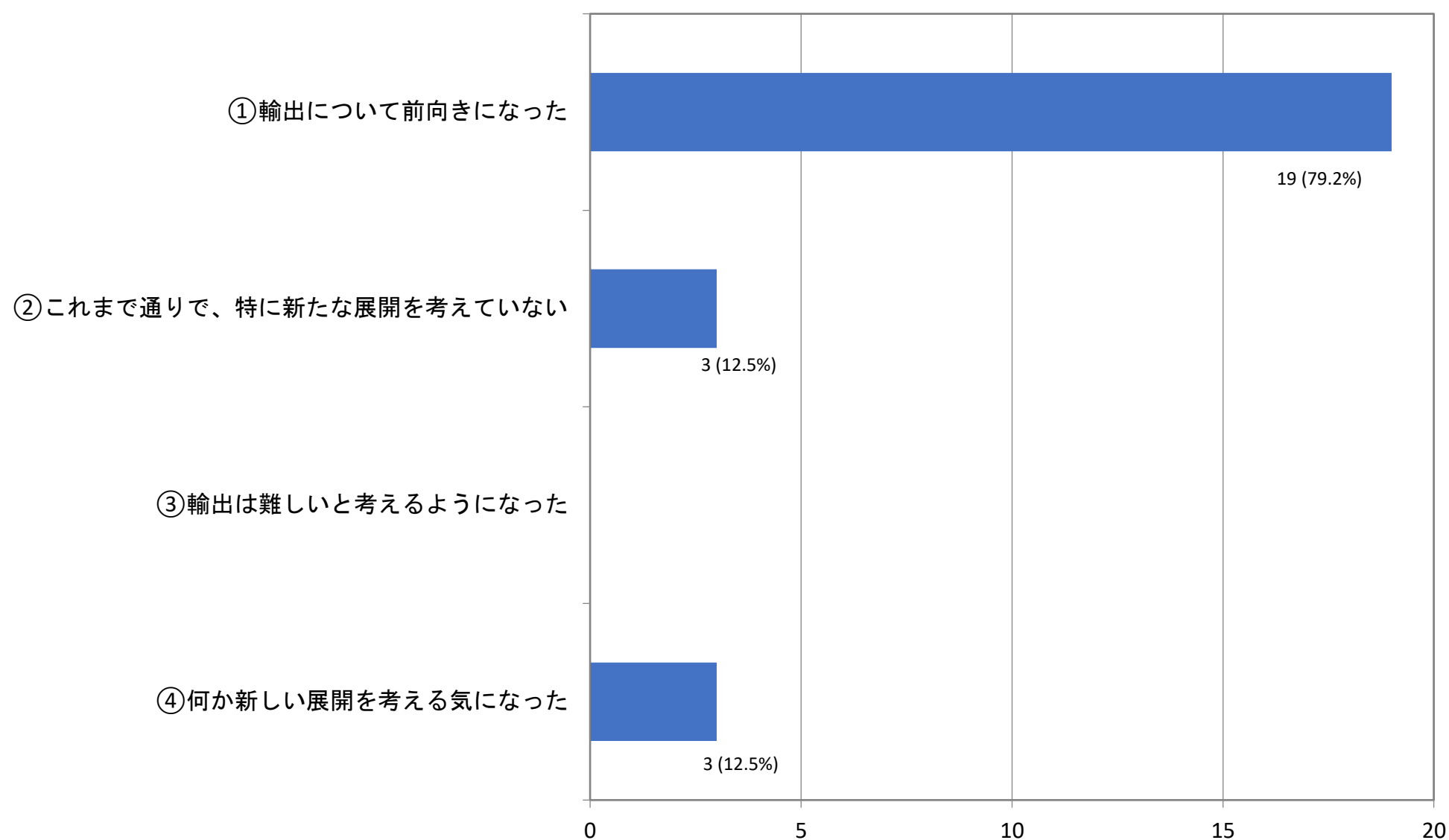
- ・各市場の具体的な導入事例やその導入状況などを教えて頂きたい。

② 卸売事業者

- ・同業者の取り組み事例が知りたい。
- ・今回同様、商談会におけるアドバイスが欲しい。

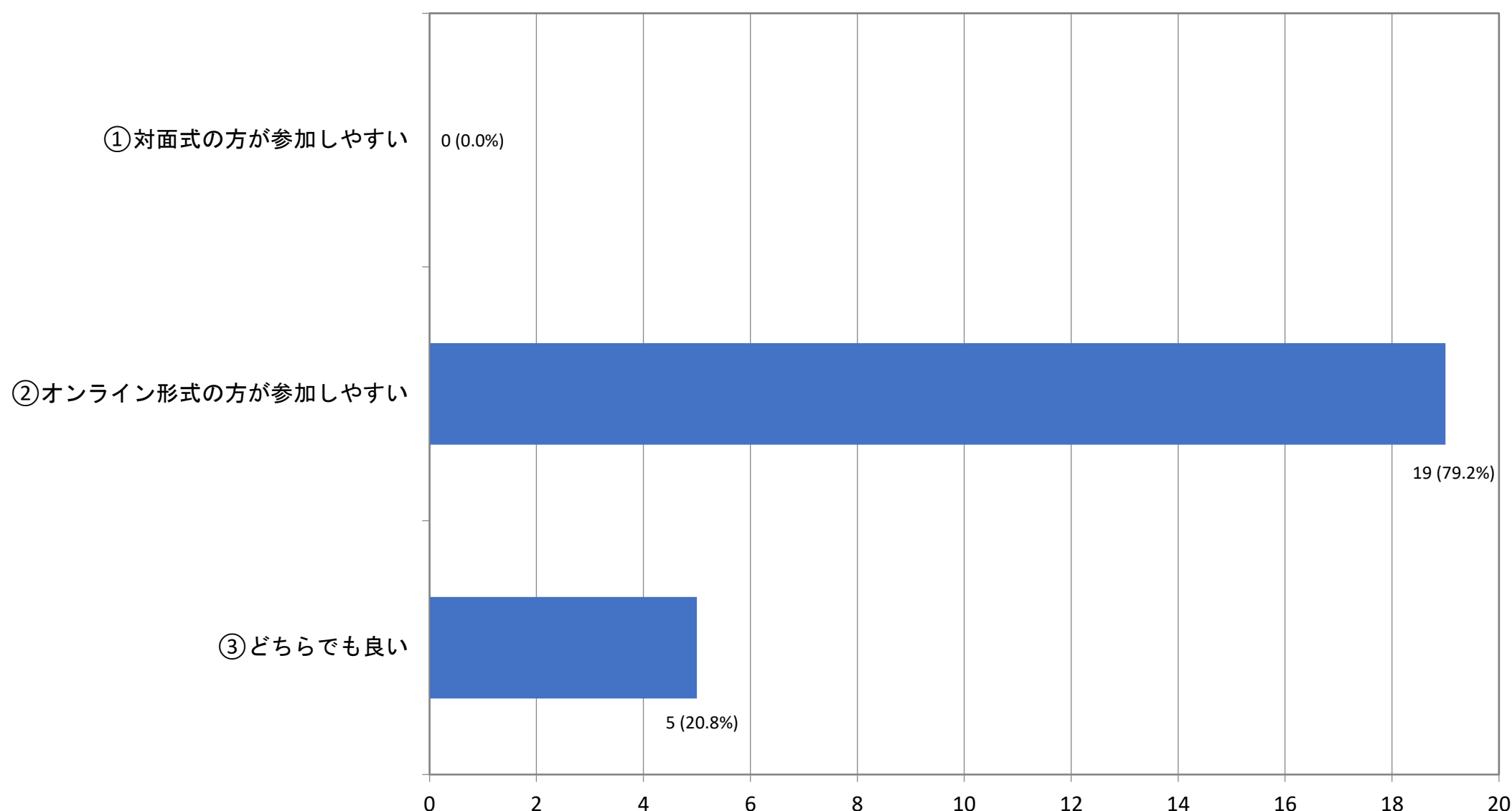
12. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。(複数回答可)

グラフ単位：人



13. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



14. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・現地での商談会を希望する。
- ・商談会の設営をお願いしたい。

15. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

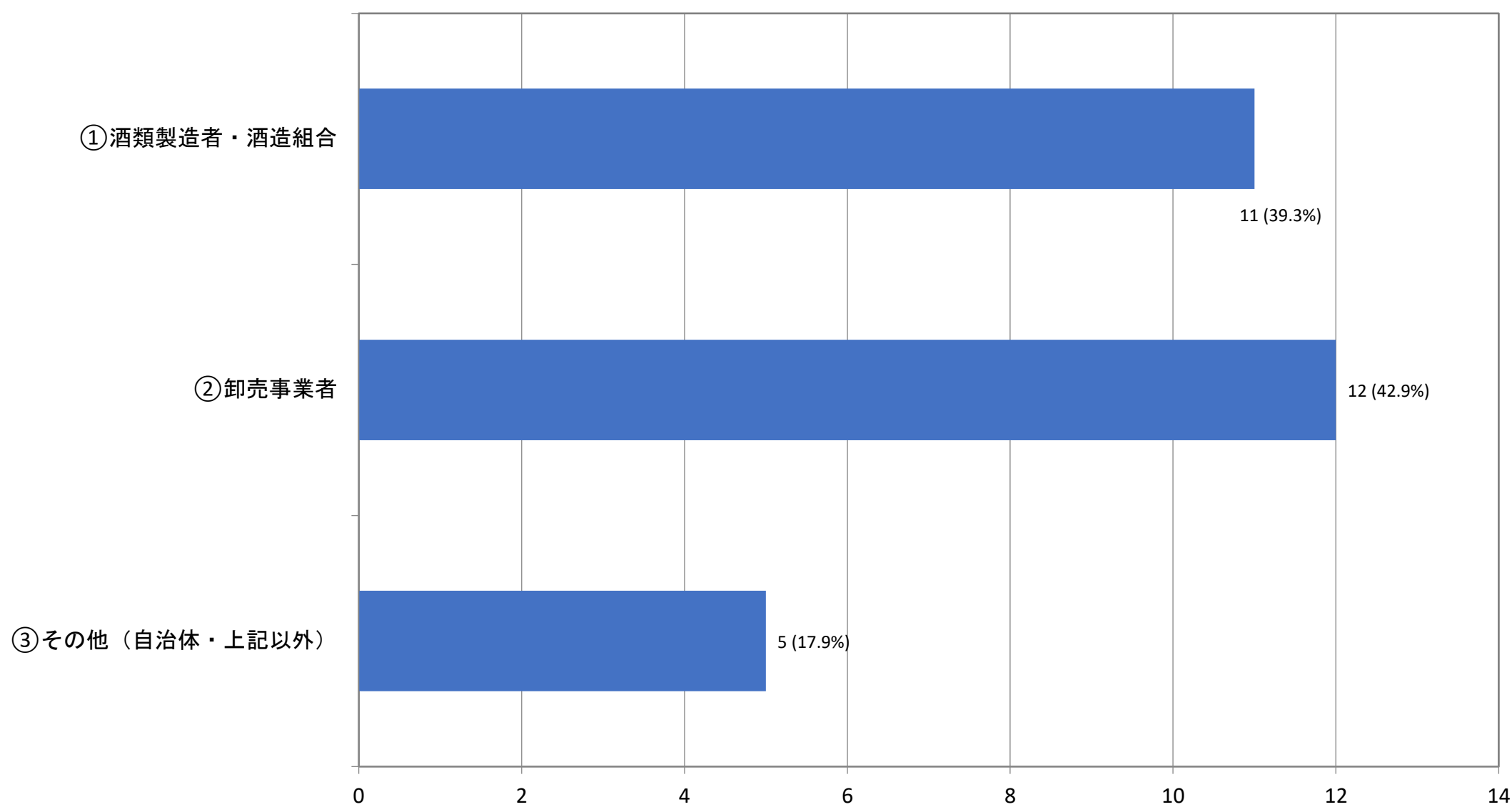
①酒類製造者・酒造組合

- ・同業他社の具体的な事例をお聞かせ願いたい。
- ・食中酒としての売り込みだけでなく、バーやクラブ、パーティーでのハードリカー、カクテルなどの市場動向、売り込み手法などもより深く扱ってほしい。

▼2023年2月2日（木） セミナー

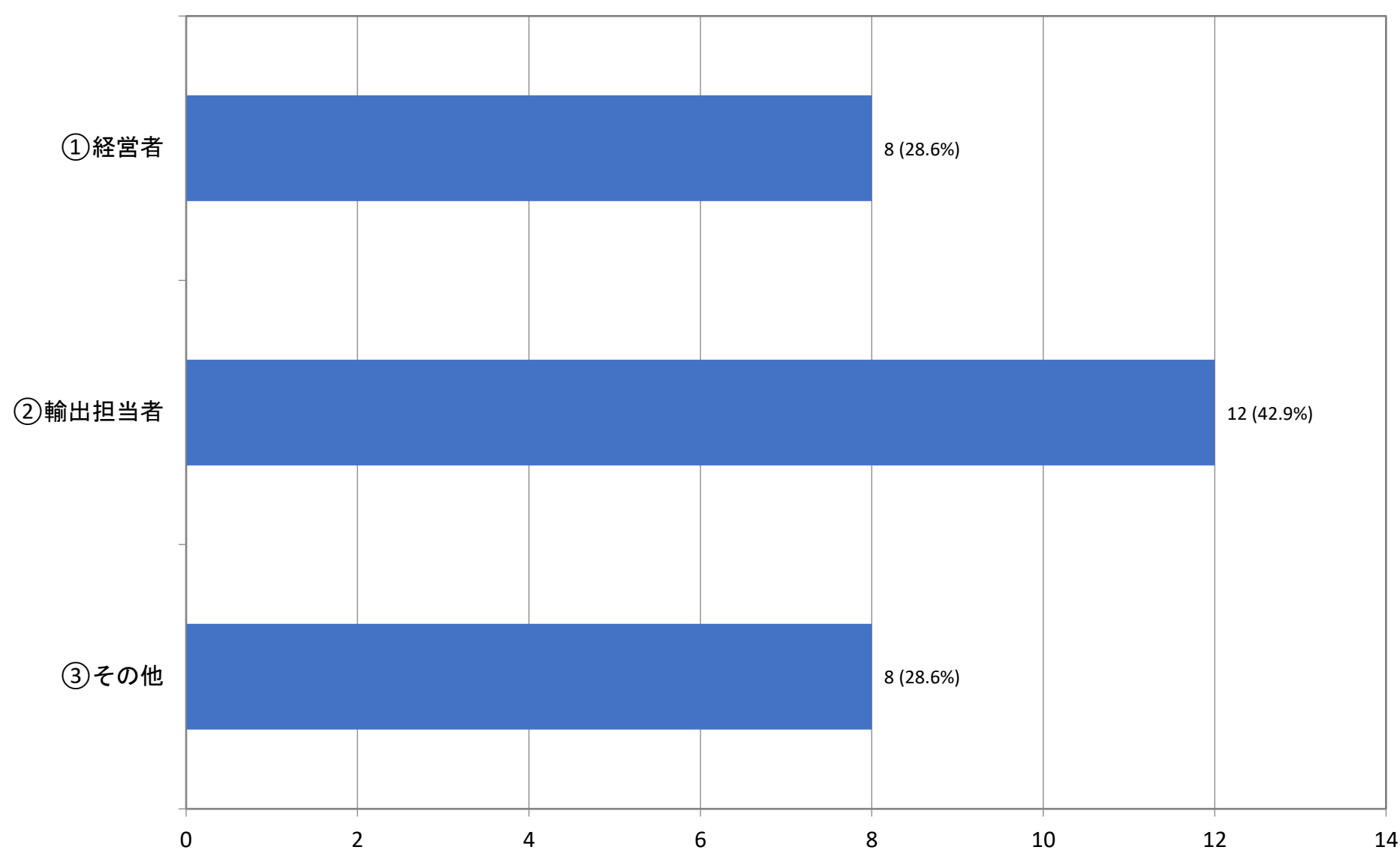
1. 業態を下記よりお選びください。

グラフ単位：人



2. 役職を以下よりお選びください。

グラフ単位：人

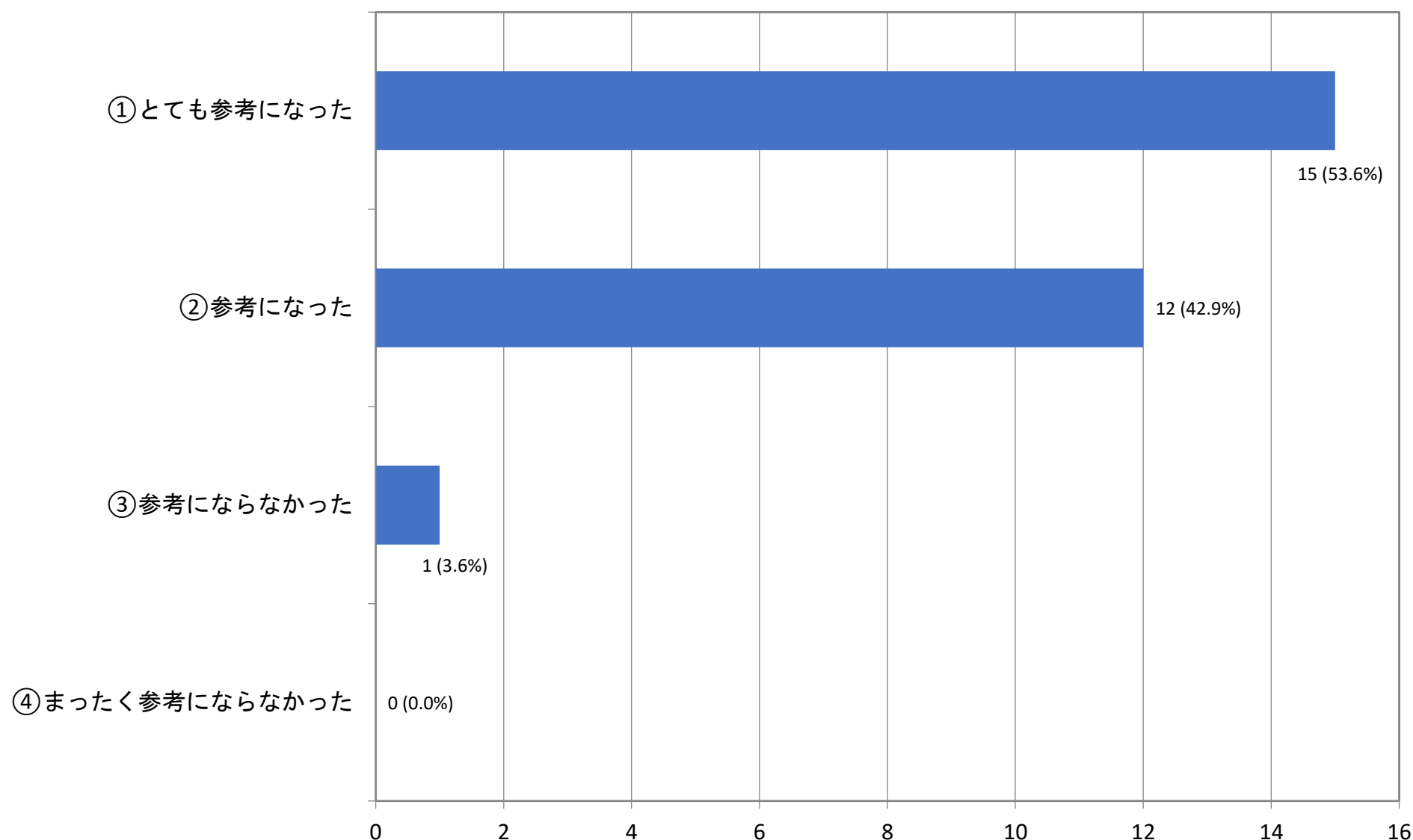


3. 講演①【世界のEC市場概況とジェトロの支援スキームについて】

講師：鈴木 将道（すずき まさみち）

上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



4. Q3で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・ECの種類について丁寧に説明いただき参考になった。
- ・地域ごとの特性を示していただけった点がよかった。
- ・近時のEC市場について知識を習得できた。
- ・JETRO事業には早速参加させていただきたいと思う。
- ・具体的な例があったのでわかりやすかった。
- ・ジェトロ経由のECサイトがあることが分かり、今後参考にしたい。

②卸売事業者

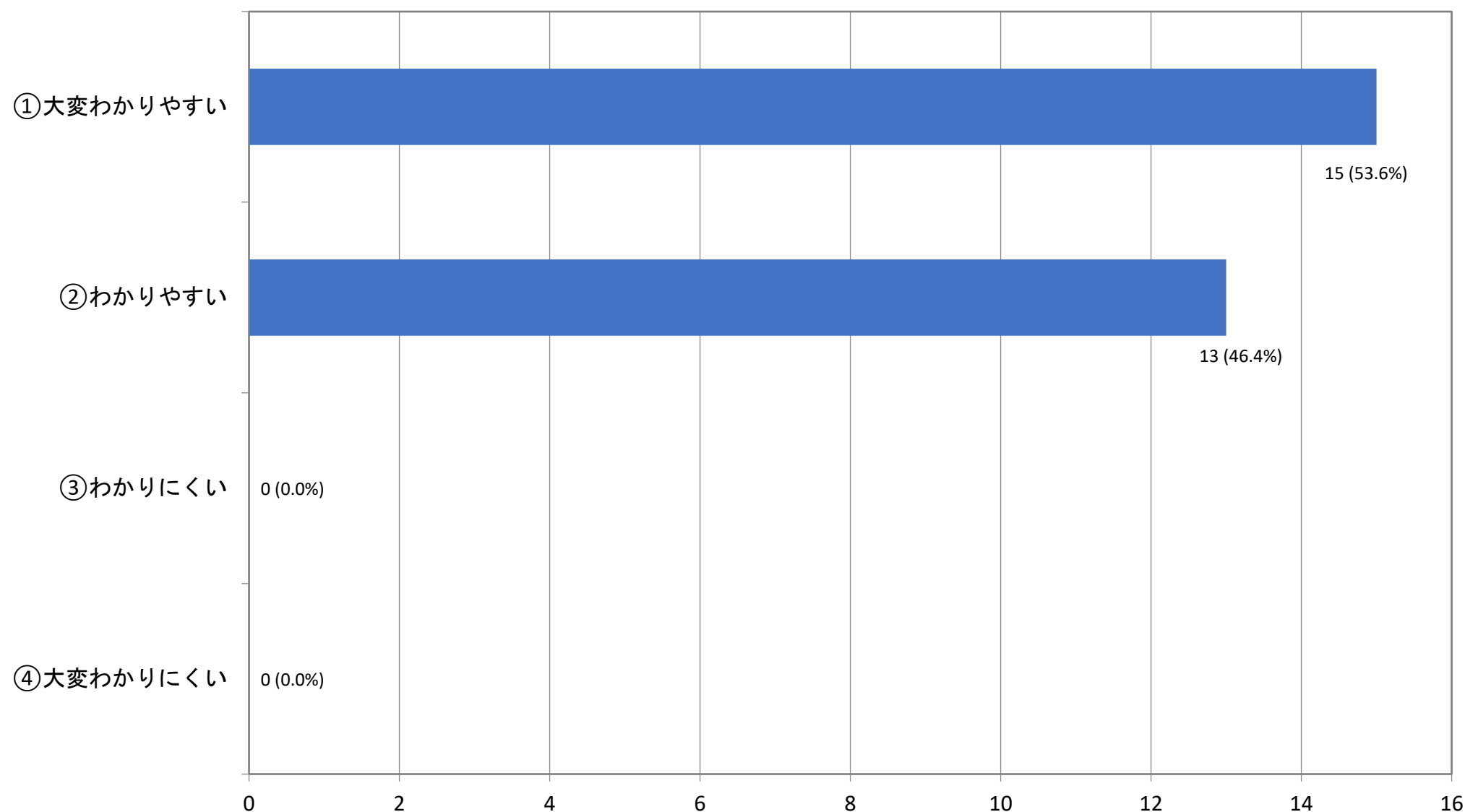
- ・支援制度について知らなかったなので、参考になった。
- ・越境EC展開において、各国の特性を分かりやすくご説明いただき、非常に分かりやすかった。
- ・デジタル支援事業内容の説明が参考になった。

③その他（自治体・上記以外）

- ・JETROの活動内容について理解できた。
- ・各地域のEC状況がわかって、大変参考になった。

5. 鈴木 将道の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



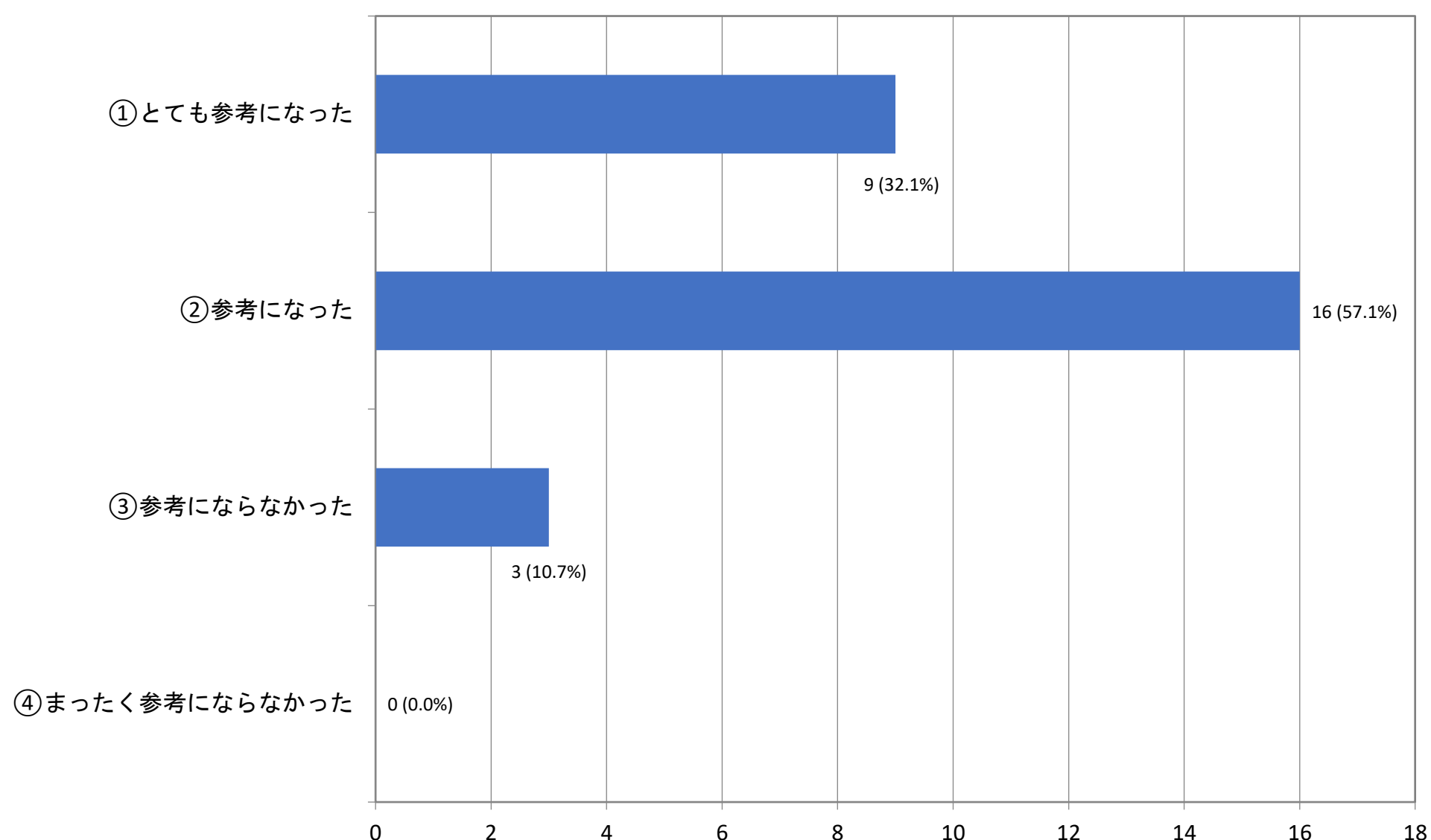
6. 講演②【海外進出のブランディングとマーケティング

～食品ロスを付加価値に CRUSTの例を踏まえて～】

講師：平野 宏幸（ひらの ひろゆき）

上記セミナー内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



7. Q6で参考になった点や、参考にならなかった理由をお聞かせください。

①酒類製造者・酒造組合

- ・あまり必要ではなかった。
- ・参考になったというよりも興味深かった。
- ・食品ロスについての取り組み事例が参考になった。
- ・実際に実施された点をご説明いただけたことがとても参考になった。

②卸売事業者

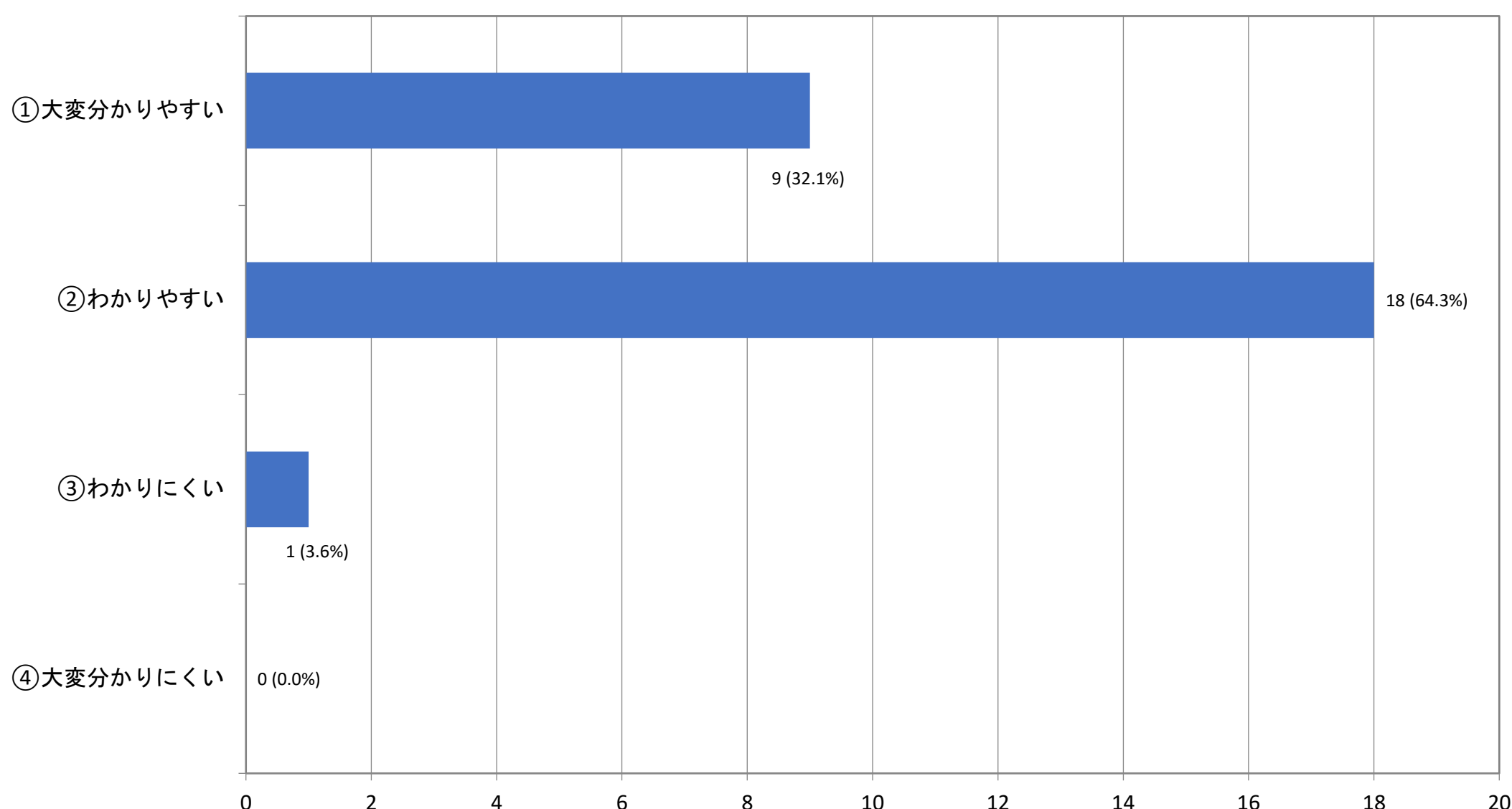
- ・シンガポールがテストマーケティングに適しているという点がわかった。
- ・海外から日本への進出の話という切り口は新鮮であり、興味深かった。

③その他(自治体・上記以外)

- ・強みの設定とブランディングへの取り組みの方法について参考になった。
- ・Bコープなど全然知らなかった知識であるが、担当している会社に提案できるのではないかと思った。受講後、どのように取得するか確認してみたい。

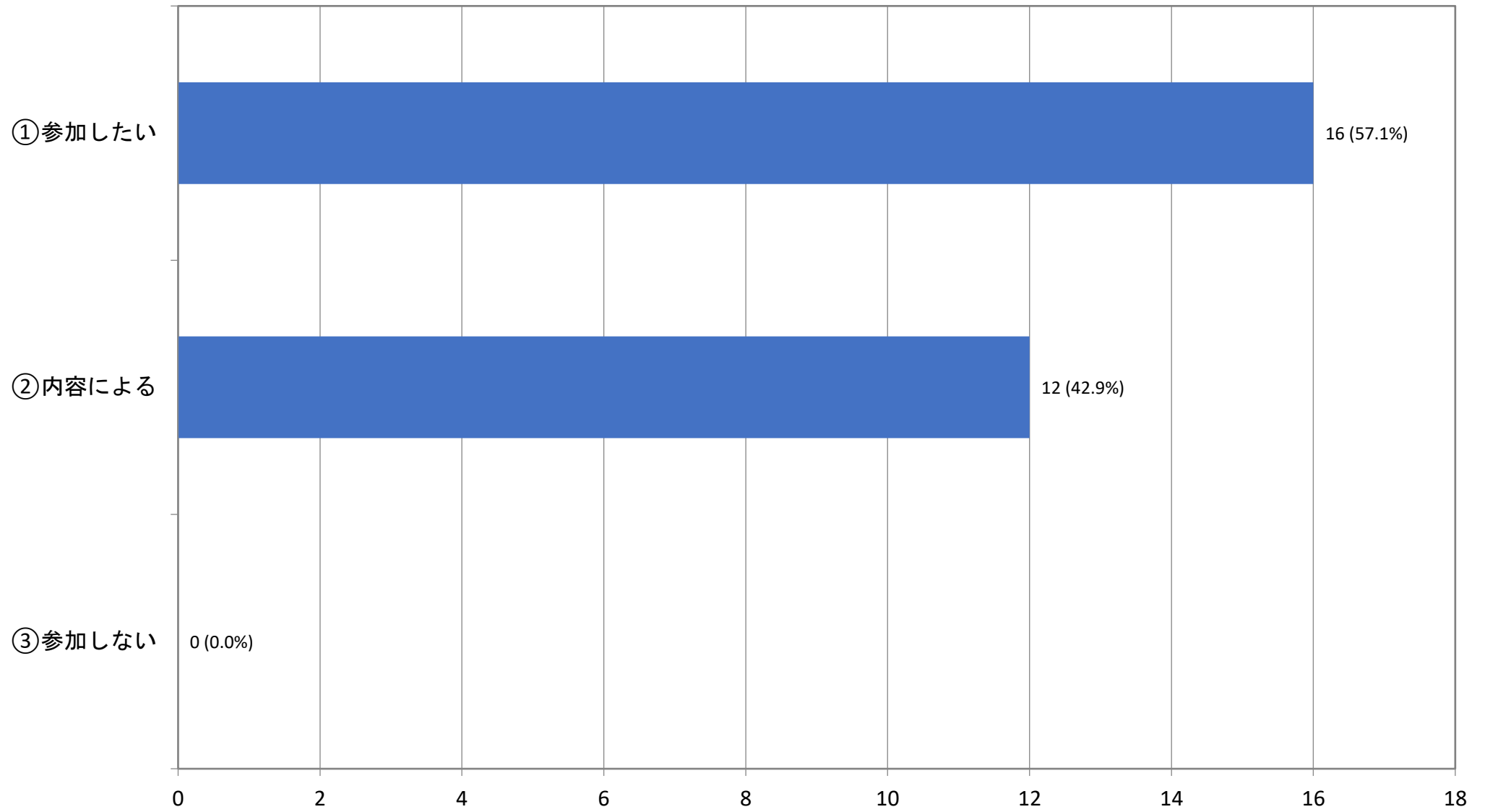
8. 平野 宏幸の説明 について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



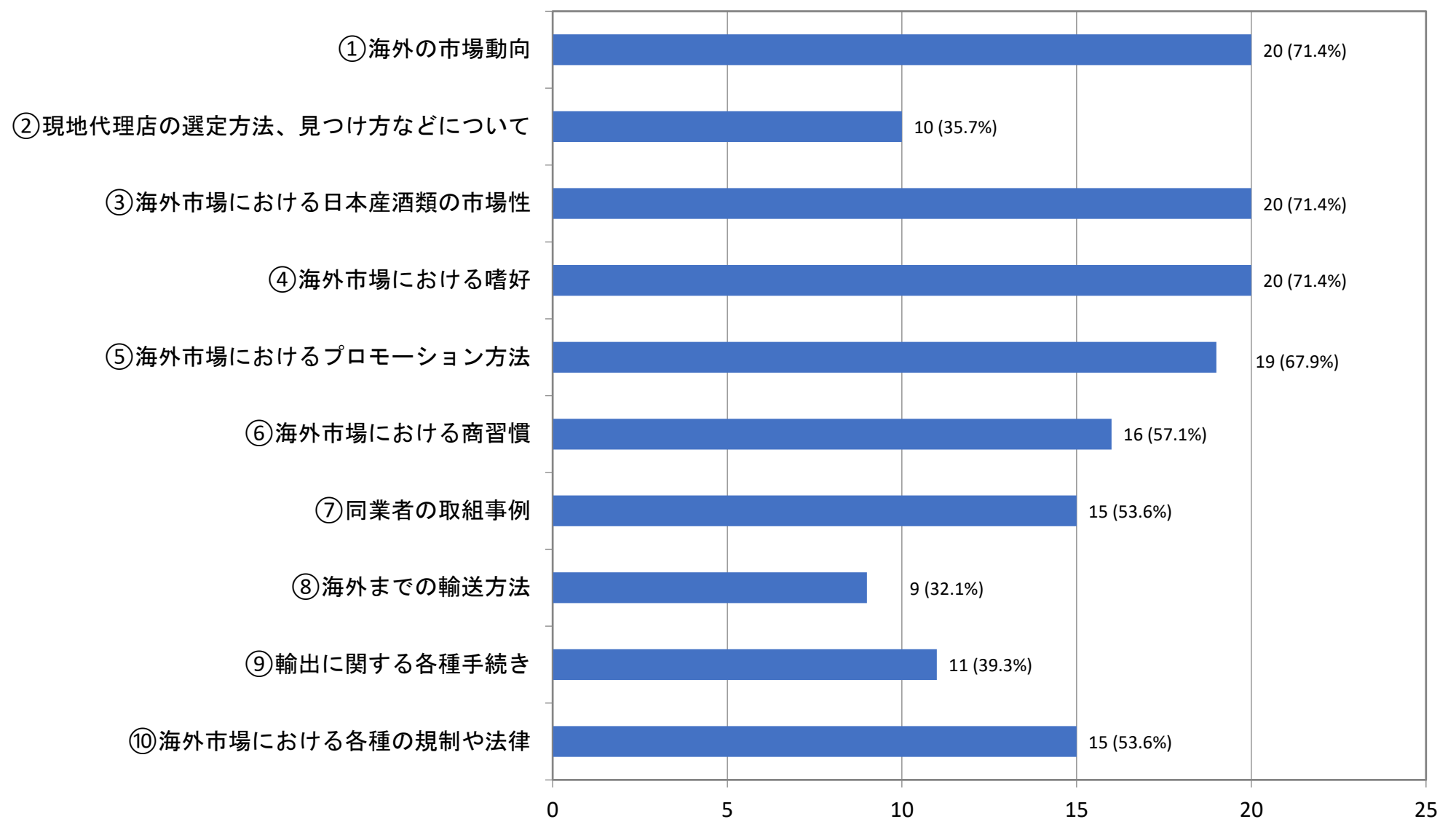
9. 今後このようなセミナーに参加したいと思いませんか。

グラフ単位：人



10. 今後のセミナーで取り扱ってほしいテーマをお聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



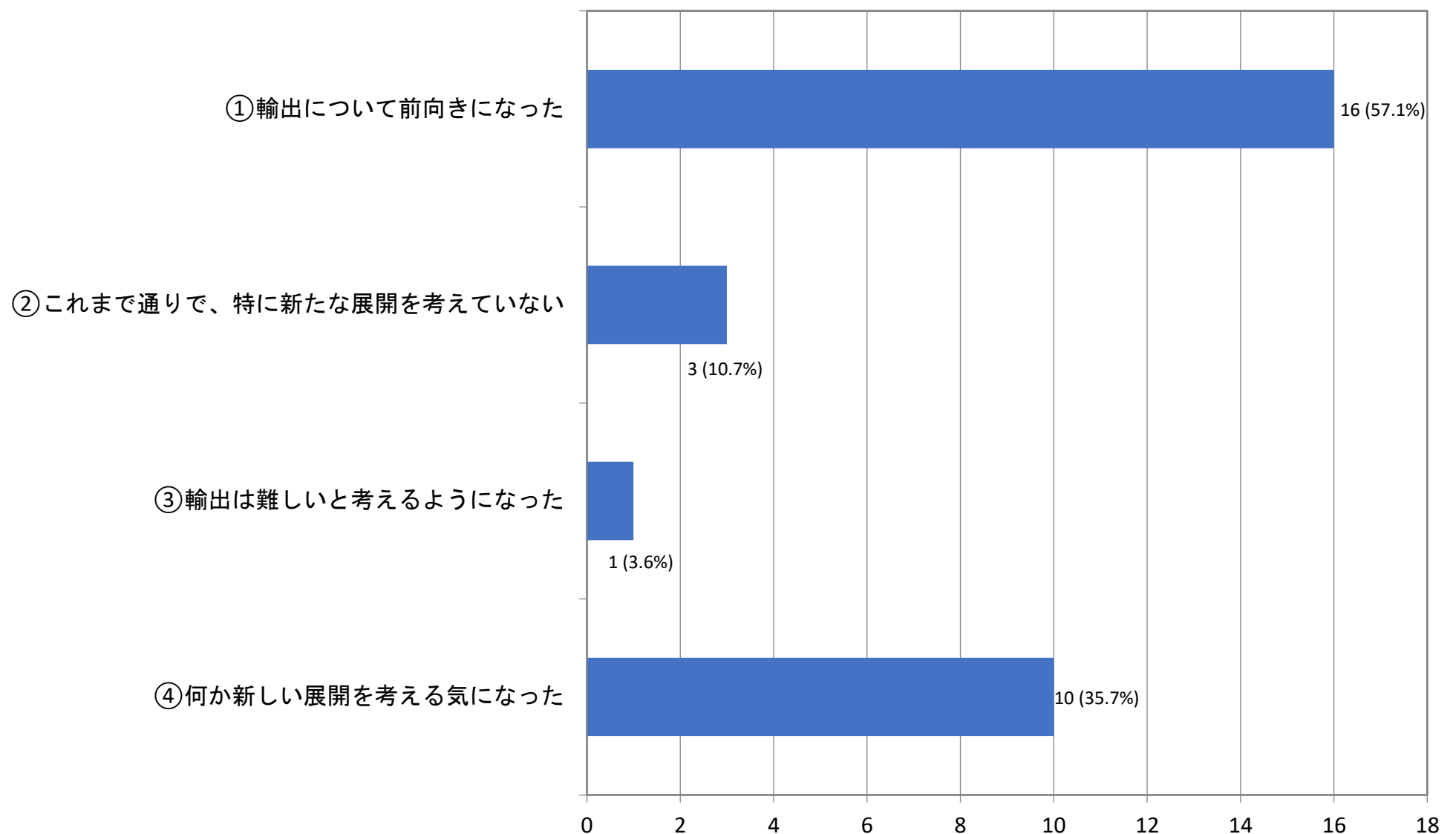
11. Q10に対して具体的なご要望がございましたらお聞かせください。

②卸売事業者

- ・現地の食文化、食習慣をいくつか国ごとに紹介してほしい。日本酒とペアリングする現地のローカルフードや、人気の日本食、フュージョン料理（現地フード+日本食）など。
- ・主要各国というとなぜか多くなるが、各国の通関上の問題や注意点などをまとめて解説していただけるような機会があると非常に助かる。空輸時、海上輸送時、FCL、LCL、etcなどのパターンに応じた情報が欲しい。
- ・小売業を主としたセミナー（成功事例や戦略等）があれば有難い。

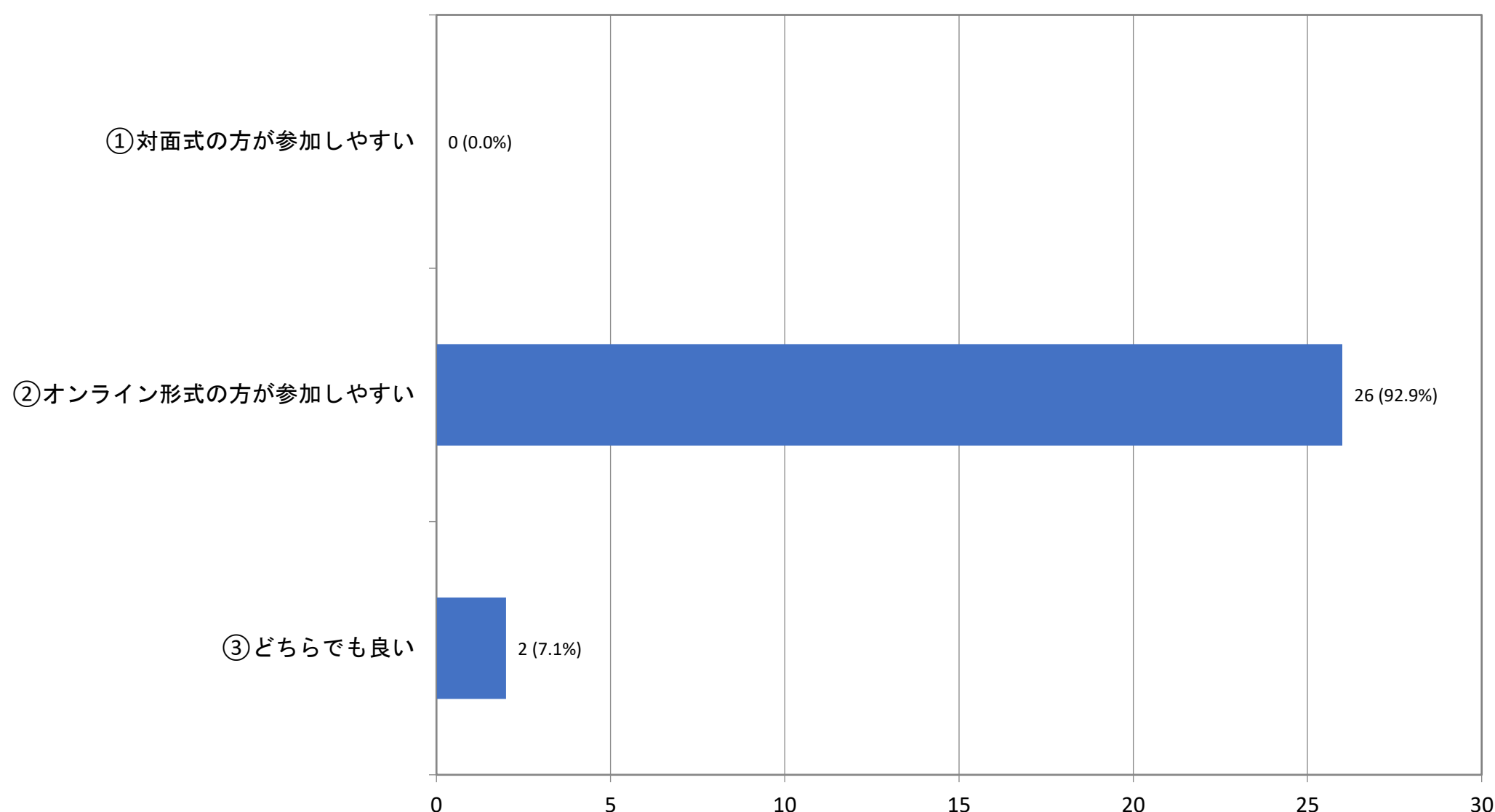
12. セミナーに参加し、今後の事業展開をどう考えたか、お聞かせください。（複数回答可）

グラフ単位：人



13. セミナーの形式について考えをお聞かせください。

グラフ単位：人



14. 本事業で提供してほしいサービス（セミナー・商談会・専門家支援・情報発信以外）があれば教えてください。

- ①酒類製造者・酒造組合
 - ・商談会を開催して欲しい。
 - ・オンラインセミナー・商談会の機会を増やしてほしい。
- ②卸売事業者
 - ・現地の食文化、食習慣、日本食レストランの利用状況などを紹介してほしい。

15. セミナーに関してご意見やご要望があればお書きください。

- ①酒類製造者・酒造組合
 - ・とてもわかりやすく、参加してよかったと考えている。
- ②卸売事業者
 - ・現地の食文化、食習慣、日本食レストランの利用状況など、同じテーマで定期的な実施もご検討いただきたい。
 - ・小売業を主としたセミナー（成功事例や戦略等）があれば有難い。

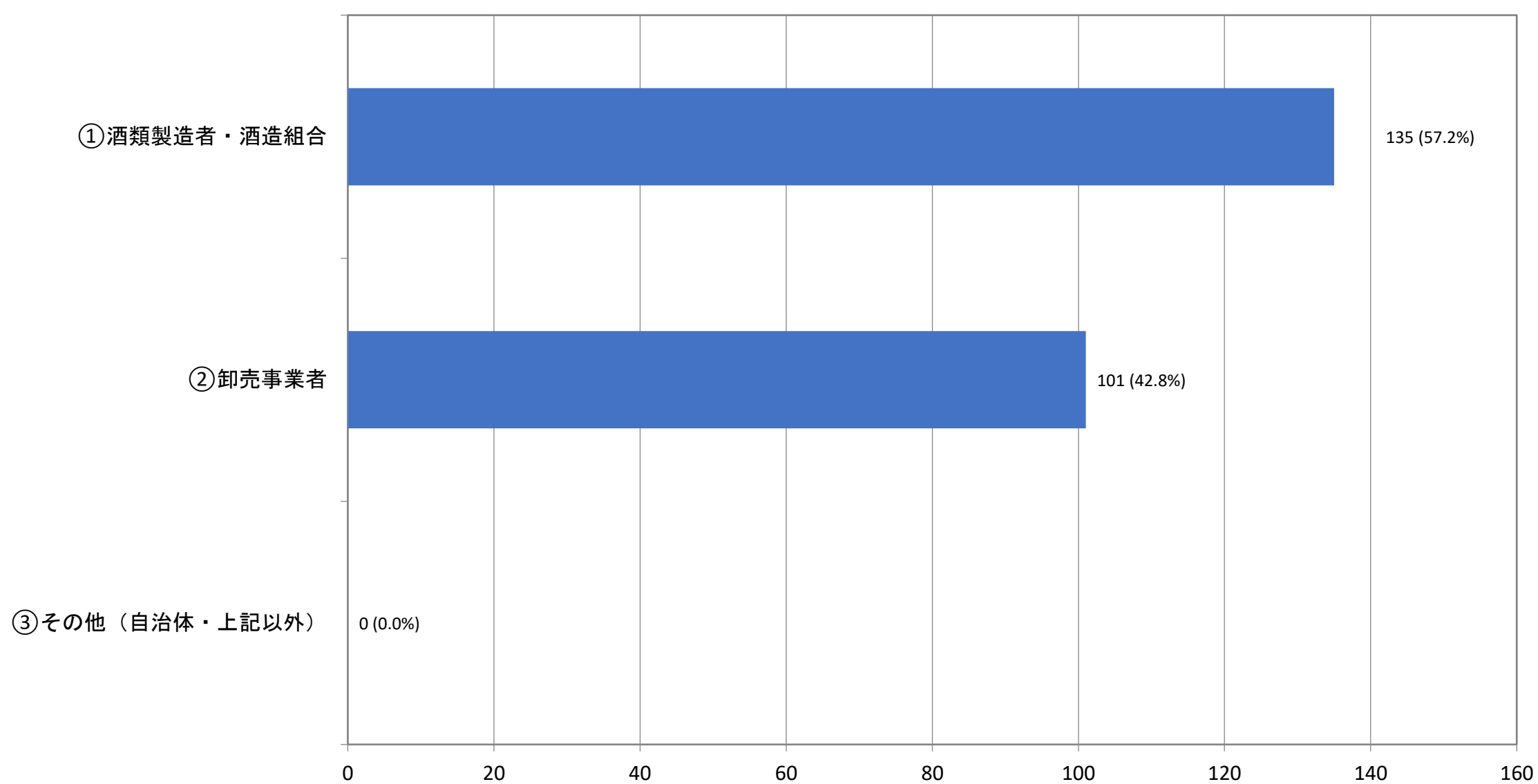
7-2 マッチングアンケート

参加者数(延べ)			回答者数			回答率
酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	合計	酒類 製造者 ・酒造組合	卸売 事業者	合計	
214	214	428	135	101	236	55.1%

7-2 マッチングアンケート

1. 御社名をご記入ください。
2. 業態を以下よりお選びください。

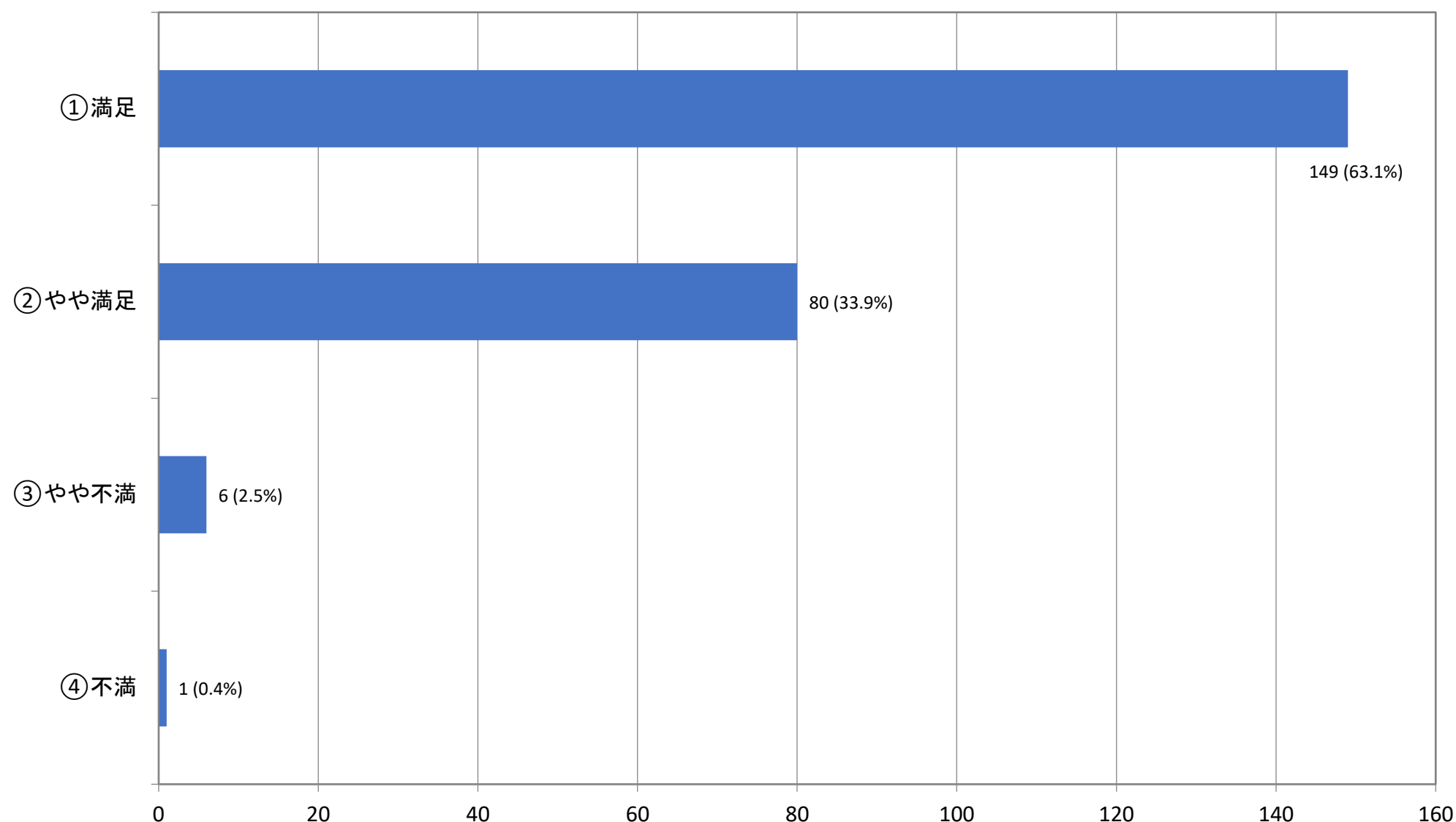
グラフ単位：人



3. マッチング（商談）を行った登録事業者様をご記入ください。

4. マッチング（商談会）の内容について感想をお聞かせください。

グラフ単位：人



5. Q4について、具体的に理由をお聞かせください

①酒類製造者・酒造組合

- ・ Teamsはほとんど使用していないので画像共有などやや苦劳しました。
- ・ 卸会社さんの状況やご希望が良く把握できて、今後お取引につながる見込みが出来たので。
- ・ 具体的な出荷国と、見積依頼まで頂くことができた。
- ・ 先方がどのような状況かわかるとともに、具体的な見積の話までできてよかった。
- ・ 商社様の会社説明もお聞きでき、有意義な商談会が出来た。
- ・ ヨーロッパの酒質や好みなど確認できた。
- ・ サンプル依頼など具体的な話が出来た。
- ・ 色々ご質問も頂き、有意義な商談会となった。
- ・ 先方の反応がまあまあ良かった。
- ・ 普段なかなか接点が無い商社だったので、参加できてよかった。
- ・ 興味を持っていただき、見積依頼も頂きましたが、今後の展開がどうなるかわからないためしっかり取り組んで成果につなげたい。
- ・ 今後のお取引に繋がる可能性があり、参加できてよかった。
- ・ 既存で商流があるなか、輸出先の国について代案等を含めて商談させていただけた。
- ・ 商談の回し方、時間の調整が不十分であった。
- ・ 次回の詳細な個別商談をする約束が出来た。
- ・ 商談の姿勢が積極的で、先方に訪問する予定である。

- ・短い時間だったが、内容が濃かった。
 - ・前向きに検討し、ご注文をするとの事で、スムーズな商談が出来た。
 - ・現在の社長様が海外向けの輸出を手掛けられているとの事。輸出業務を始められて短い時間の為、これからのご商売に期待したい。
 - ・新規の商社で決定も早く、やり取りし易かった。
 - ・こちらの質問にはっきりとした返事、回答が得られた。
 - ・卸売事業者様におきましては弊社に関心をお持ちいただきましたこと大変感謝している。今後弊社の製品を提案させていただき海外への輸出に繋がるよう期待している。
 - ・商談先が非常に積極的であった。
 - ・卸売事業者様の今回の商談テーマの中心は中国への越境ECへの参入であったようだ。弊社としても今後の取り組みの選択肢の一つとして考えていたため、これについての商談ができた事は大変良かったと思う。時間があれば国内業務用への提案、また本来の海外への輸出についての商談をもっとしたいと思っている。
 - ・とても丁寧に分かりやすく、注意点なども説明していただいたので、良く理解出来た。
- シンガポールで通関後の物流のことなど、まさしく弊社が気に掛けていることを指摘いただいたので、きめ細かい日本人のホスピタリティを感じる事が出来る商社様だと思った。
- ・商品説明に時間を使いすぎた反省もあるが、全体的に時間が足りず双方意見交換できる時間があまりなかったのがもったいなかったと感じた。
 - ・Web商談は、実はあまり期待していなかったのだが、やはりWebで直接お話しすると、相手を知ることができた。結果としては良い展開を迎えられたと考えている。
 - ・国内と海外と両方の販売の可能性が出てきた。
 - ・お互い具体的に目的がハッキリしており、よかった。
 - ・輸入についての全体像がわかった。
 - ・対応には問題ないが、折角の機会が機械の故障でお話が出来なかったのが残念だった。
 - ・マッチングの申請から商談まで非常にスムーズに進むことができた。
 - ・双方で思いを話す事ができ、次に繋がる商談となった。
 - ・商社さんと商談する機会を設ける事が、単独では難しい中、貴重なチャンスを頂いたことが、一番ありがたいと感じている。
 - ・先方に共有して欲しいと思った内容がちゃんと共有されておらず、ミーティングの目的に相違があった。
 - ・輸出できていない国へのアプローチに繋がらそうだと感じた。
 - ・特に問題無くスムーズにいった。
 - ・双方のニーズが上手く合っているように感じた。
 - ・お互いに説明だけで終わり、もう少しお時間あれば色々ヒアリングさせて頂きたかった。
 - ・お取引が進みそうだ。
 - ・具体的なビジネスの話までつながった。
 - ・商談後、すぐに見積りの依頼があり、取引に関してとても積極的だった。

- ・商談内容が新しい輸出の形を想像できるものだったため。
- ・不都合なことも誠実に話していただいたので、信頼できる企業様であると認識した。
- ・香港、台湾へ輸出したく、先方もそこに強く、商品リストを見てサンプル依頼をくれることになったため。
- ・相手企業が熱心だった。
- ・TeamsではなくZoomの方が使い慣れている。Teamsのため用意していた資料をほとんど提示出来なかった。
- ・輸出の実績や内容、地域別での取り組みや方向性をはっきりと明示いただき、分かりやすかった。また我々の希望や輸出不可の国の情報などをきちんと把握していただけており、話がスムーズに進んだ。当方としては、商品についての簡単な説明なども追加すればもっと内容が伝わりやすかったと思った。
- ・知りたいことに丁寧に対応を頂いたため、満足している。また、コンソーシアムの方が間におられるという事で、安心感があったように思う。
- ・初めてのマッチング参加だったが、お互いに思いを話せる機会を与えて頂き、次につながる結果となった。
- ・1対1でゆとりを持って商談できた。既に販路が確定しているので助かった。当社の希望する販路(ホテル・レストラン・バー)とマッチしていた。客先の要望が具体的なので商品選定がしやすい。国内納品可能なので物流面でも助かる。他の酒類と混載可能であり輸出入通関の負担が軽減できるので助かる。
- ・短時間ミーティングだったが、双方の概要が理解でき、今後の個別商談につながる事が出来た。
- ・今回の輸出対象国がいずれも弊社が輸出実績のない国である事と、また卸売事業者様も未開発の国々に対して積極的にアプローチをされている事に大変共感した。
- ・何かと面倒な各国規制の中で、薬酒・薬味酒の輸出を本気で検討している業者さんと出会えた事がよかった。
- ・これまでに輸出実績のある国、主要で取り組まれている状況を把握できた。
- ・先方の要望も、当社からの案内も短時間でコミュニケーションでき、有意義だったと思う。
- ・2社と協議中で商談が成立するか判らないが、有難い。
- ・真剣に話を聞いていただけた。直接の決定権者様と面談できた。そしてサンプル品送付の所まで受諾いただけた。非常に満足している。採用されるかどうかは弊社及び弊社商品の力量の問題なので、別として、この様に話を聞いていただけるチャンスを設定していただけただけで感謝。
- ・先様からの事業内容ご案内に加え、主力輸出エリアでの現況ご報告をいただき今後の当方からの新規提案のイメージがしやすかった。
- ・台湾市場の把握と今後の台湾への商流構築に繋がる商談ができた。
- ・今までのインポーターと違う切り口で輸出ができる可能性が出てきた。
- ・商談相手が積極的だった。
- ・先方の新たな取り組みに興味を持てたので、是非参加したい。
- ・商品の提案だけではなく、それ以外の取組の相談もでき、これから多くのビジネスチャンスがあると感じた。
- ・成約に繋がりそうだ。
- ・卸売事業者様の取組みは、お客様との距離を近づけていただけのシステムだと感じた。物理的な距離、言語の壁があったが、だいぶ解消されるのではという期待を感じた。
- ・スムーズに商談が出来たが、若干商品を説明する時間が足りなかったので、時間の配分を考えながら今後の商談を行っていきたいと思う。
- ・もう少し商談時間があった方が良かった。
- ・前回は踏まえて、時間配分に気を付けながら商談を行えたのでスムーズに進行できた。
- ・自社ではコンタクトできる業者様ではないので販売の可能性を広げることができた。

- ・まだ取引はないが、以前より取引に向けた取り組みを現在、行っている所だ。以前の担当者から今回商談を行った担当者へ変更になり、初めてお会いする事ができたので、とても良い機会となった。現在、サンプルをお送りしている所なので、今後お取引に向けて進めて参りたいと思う。
 - ・弊社として是非販路をつかっていきたい台湾、シンガポール、オーストラリアだが、現在シンガポール、オーストラリアに関してはまだディストリビューターを探しているとのことだった。台湾の方は既に輸出ができる状態になっている卸売事業者の担当者様より「現在リキュールの需要がある」とお伺いできてよかった。丁度弊社のリキュールの提案もできてよかったと思った。
 - ・商談時間が短かったため、当社紹介が満足いくほどできなかったが、専門家のリードの元、相手企業とスムーズに会話できた。
 - ・今後新しいルートの開拓ができるかもしれないと感じた。
 - ・卸売事業者の担当者様が具体的に、商談に応じてくださった目的をお話ししてくださり、こちらの意図とも一致した。保存温度帯の事で商談がうまくいかないこともあるが、対応されていらっしやるので安心した。
 - ・誠意ある対応で好感が持てた。商品の試飲をお願いした。
 - ・内容が濃く、いくつものアクションにつながる内容だった
 - ・話がスムーズに進行した。
 - ・オンラインマッチングは初めてだったが、専門家が上手くリードして下さり、助かった。
 - ・新しいルートのUAE・インドネシアに足掛かりができそう。
 - ・日本語で商談できたのは良かった。事前にサンプルを送り試飲してもらいながら商談したり、見積を見ながら商談したかった。
 - ・見積り、サンプル依頼をいただいたので、取引に繋がる様、進めていきたいと思う。
- 商談途中で通信が切れてしまい、申し訳なかった。
- ・輸出相手国の現状を詳しくご説明いただいた。好まれる商品や価格帯も教えていただき、大変参考になった。
 - ・商談内容も濃く、スムーズに進めることができた。
 - ・欧州向けで探していたので上手くマッチングできた。時間が限られている中での商談ではあったが、相手の受注システム（見積りシステム）の話が中心になっていて、もう少し取引の具体的な話等をしたかった。
 - ・具体的な話まで出来ていないが、スムーズに商談ができた。
 - ・弊社の輸出実績のない国への販路を有する卸売事業者様に提案と相談ができたこと、互いに状況を確認できたことがよかった。
 - ・弊社商品に興味を示して頂けてよかった。
 - ・見積書を提出して商談を進めていく予定。先方の営業にかかっている。
 - ・商談後、サンプル発送予定。試飲後商品の検討予定となる。
 - ・今後に向けたディスカッションができた。
 - ・日本酒はこれから力を入れるとの事。その中でサンプル送付の段階まで行きつけた事がよかった。
 - ・先様に具体的に輸出している各国の酒類事情について説明していただけた。
 - ・画像なども使用したことにより思ったよりスムーズに会話が進んだ。20分過ぎで商談が終わったがスムーズで非常にやりやすかった。
 - ・弊社商品に興味を持って頂けてよかった。

②卸売事業者

- ・大手メーカーとの商談は出来なかったが、直接電話でアポを取って、商談してもなかなか新規取引できないメーカーは多い。今回日本産酒類輸出促進コンソーシアムの会員であるため、事務局からの推進で商談しやすかった。今後も継続して参加したい。
- ・HP上では分からない内容のことまで話が聞けて、商品に対する理解が深まった。
- ・社長と直接商談することができ、MOQを少し緩くしてもらえた。
- ・商品価値について社長自ら説明頂き、理解が深まった。
- ・商品についてHP上では確認できないことまで確認することができた。
- ・蔵元の輸出状況を把握できたこと、売り切れゆえにHP上には掲載されていない商品の存在を知ることが出来た。また、新種の酒米の評価も聞くことができた。
- ・最近流行りの酒ではないが、別のベクトルの良さがあることを説明頂いたので、商品に対する理解が深まった。
- ・代表自ら事業全体に対する想いを聞くことができ、海外バイヤーへの説明がし易くなるストーリーを多く聞くことができた。
- ・通常であればなかなか繋がることのできない蔵元と繋がることができた。輸出可能な国は限られているが、方針が明確なのでやり易い。
- ・HPを見るだけでは情報が少なかったため、それを補完するように話しが聞けたので商品に対する理解が深まった。
- ・通常であれば門前払いされてしまう蔵元と繋がることができた。輸出可能な国は限られているが、それでも縁が持てたことは非常に幸い。
- ・弊社が求める通関資料提供とか中国語ラベルの作業とか、業者様がやったださり、あとサンプルの提供もしていただける。何より事業者様が自社のお酒を海外に輸出したいという強い気持ちを感じた。
- ・ワインについては様々な事業者様が新規参入されているが、ブドウの生産体制や味わいの改良が長期スパンで必要だったり、世界に通用する商品という意味では海外での歴史も古いだけに、日本酒や焼酎よりハードルが高いように感じるが、老舗のワイナリーなのでそういった部分ではいろいろと対応がいただけそうで、リピート注文まで考えた上で可能性は高いかと思う。
- ・商品へのこだわりや展開についてはとても興味深かった。特に生酏純米酒が一押し商品としてあったが、いろいろな国へはすでに展開されているので、それらと被らない商流で提案できるか検討していきたい。
- ・商品のラインナップについては興味深かった。すでに輸出済みの国も多く、商流も国内のグループ会社を通して行う必要があり、生産量にも限りがあるとのことであまりうまくマッチできるバイヤーを探せるかがポイントだと思う。
- ・蔵元様のプレゼンが長く時間が足りなかったが、それでも次回商談の口約束に繋がられたのでよかった。
- ・商品の特徴があるので是非海外への展開を進めていきたいと思う。
- ・作りや原料へのこだわりを強く感じられた。今後、提案を進めていきたい。
- ・幅広い商品をラインナップされていて素晴らしい。すでに輸出している国も多いのでうまく提案を進めていきたい。
- ・今後リキュールの販売を検討しているということで面白いと思った。商品も海外のコンペで受賞していたり、受け入れられているので、積極的に提案していきたい。

- ・蔵元様のお酒について詳しくお話をお伺い出来、弊社の海外へ提案する際にも、より魅力を伝えることができそうだった。現在の海外輸出状況などもお伺いでき、今後どの方面でお話を進めさせて頂いたら良いかなどもお話でき、良かった。
 - ・弊社の海外へ提案する際にも、より魅力を伝えることができそうだった。あまり弊社のお話をする時間がなかった為、もう少し上手にお時間を利用できたら良かった。
 - ・弊社の輸出事業内容にご興味を頂き、先方様の求める内容とマッチしたのではないかと思う。一方で商談会一発目ということもあるが、別の酒蔵様が同じリンクを共有されていたようで開始の際に少し混乱が生じた。
 - ・商品のストーリーなども聞くことができ、興味を持つことができた。クラフトビールを扱っていない弊社としては、海外側で提案できる幅が広がる商材だと思うので、今後も前向きにお話を伺っていきたいと思っている。
 - ・醸造メーカー様の自然栽培ビールのお話を詳しくお伺い出来、現地海外へ提案する際にも、提案しやすい。
 - ・今後繋がる商談が出来た。既にメールでのやりとりをさせて頂いている。
 - ・日本産酒類輸出促進コンソーシアム事務局の配慮ある仲介の下、非常に有効な商談会がスムーズに行えた。
 - ・事務局担当が細事丁寧にご仲介対応くださり、恙無くマッチングが進行できたから。
 - ・オンラインで即効性のある商談ができた。
 - ・蔵元様の想いが熱くなってしまい、一部の商談では説明会を聞くような形になってしまった。
 - ・先様が輸出事業に前向きに取り組まれていた事がわかった。
 - ・商談の理由等は明確ではなかったが、新たなメーカー様との情報交換の場となった。
 - ・取引のお返事をいただいた。
 - ・先方様も越境ECに興味をお持ちという事もあり、初商談としては十分なスタートであった。
 - ・スムーズに行わせていただいた。
 - ・今後の展望（国内、海外）に期待が持てた。
 - ・海外輸出可。OEM可で販売先の拡大が見込める。
 - ・各国への出荷実績を持ち、現地での認知がされている可能性が有る。具体的には現地顧客から評判などを聞いてみたいと考えている。近日試飲サンプルと価格をもらい、最終決定をしたいと思う。
 - ・酒蔵様のお酒に関しては、詳しいお話をお伺い出来、現地への提案がしやすい。
- 今後の展開に繋げて行けそうな良い商談の機会になったかと思う。
- ・非常にスムーズな商談となった。
 - ・細かい商品説明を頂き、そのままエンドユーザーに使用出来る事が非常に良かった。
 - ・色々知れて勉強になった。
 - ・特殊な酒造企業なので、今まで出会う機会が無かった。
 - ・海外に慣れているので、スムーズな商談であった。
 - ・素敵な蔵元さまに出会える機会を頂き感謝。
 - ・新しい仕入先が発掘できた。
 - ・今後の発展が期待できる。
 - ・具体的な話が出来たのが良かった。
 - ・想像していた通りだった。
 - ・スムーズなお引き合わせに感謝。

- ・前向きな検討へのよい足掛かりとなった。
- ・今後の協働について、前向きな話し合いが出来た。
- ・改めての商談となったが、お互いを知っている中での追加の情報アップデートが出来て良かった。
- ・多種のリキュールをお持ちなのが分かり、東南アジア圏への可能性を感じた。

今後に繋がる部分がありそうだ。

・非常に上手に分かり易くご説明いただいた。今後ビールの展開に当たる部分のお勧めなども頂いたし、是非東南アジアに勧めていきたいと思った。

・東南アジア圏への展開の熱意をお伺い出来て良かった。輸出にあたり最初はやはり熱意・根気が大事になる為、良かった。ペアリングのお話しも聞けて良かった。今後に営業をするにあたり繋がって行く部分がありそうだ。

・酒造様の展開希望国や展開希望銘柄などが明確にあり、お酒に関しても詳しくお伺い出来、弊社も各国の代理店へ提案しやすい。

・今回、香港輸出の新たな販路を探されているということで、ご商談希望頂いたとの事だった。

今後に繋がりそうなお話が出来た。お酒に関して等も詳しくお話をお伺いでき、弊社も各国の代理店へ提案しやすい。

・生産量はそんなに多くないということだったので、提案する代理店は選定をして、展開を進めていく必要があると思った。

・お酒のお話など詳しくお伺い出来たので、各国の代理店へアプローチがしやすい。一方で、既に輸出している国も多く、基本一カ国一社ということだったので、弊社での取り扱い国は既に展開されているところが多く、限られてはしまいが、可能な国へはアプローチしていきたい。

・展開希望銘柄などが明確にあり、各国の代理店へアプローチがしやすい。専門家も同席頂いていたので、よりスムーズに商談ができた。

・資料などでご説明頂けたらより良かった。今後展開を進めていくうえで、もう少しお話をさせて頂ければと思う。

・商談を行った6社のうち、1社は既に前から進めていたところで、状況の報告。

他の5社のうち、2社はすぐに輸出に向け話が進めていけそう。

・以前EXPOのブースに立ち寄り、簡単にお話させていただいたが、今回45分ほどお時間を頂き、動画も交えて紹介いただいたので、酒蔵様のことがよく理解できた。

6. 今回のマッチング（商談会）について、改善に向けたご意見・ご要望があればお聞かせください。

① 酒類製造者・酒造組合

・最初に混線（別の商談会が繋がっている）しているような形で始まりが少し遅れてしまった。最初には事務局が入って、センタリングしたいと思ったが、最初に商社様と弊社の2人となり少し始まりが違和感が有る状態からスタートとなった。

・事前に資料を共有できるといい。
 ・いい機会を頂いた。定期的な開催を希望。
 ・商談終了前にタイムキーパーの方が早く入ってしまい、相手先の言いかけた話を遮ってしまった。終了直前は大切な一言かもしれないのでもう少し慎重に様子を見てから入って頂けると助かる。

・動画共有の時、音声が出ず、やり方が分からなかった。
 ・夏場に、回数が多いと良い。
 ・コンソーシアムの担当者も丁寧に連絡や商談を進めて頂き、とてもやりやすい商談だった。
 ・時間が短く、より明確な販売目標も無く情報交換だけに終わってしまった。商談前にもう少し取引内容など詳しく判ればもう少し商談内容も変わってきたと思われる。

・時間が短く会社の自己紹介程度で終わってしまった。
 ・国内商社だけではなく、現地インポーターやディストリビューターとも商談出来る機会があれば嬉しい。

・やはりオンラインということもあり、お互いの情報が不足していると思う。通常の対面の商談会であれば商談会終了後に即、次のアポイントを取って行動に移せるのだが、今回は先方からの連絡を待たなければならないため、商談の成果が今一つ掴めない部分もある。

・制限時間を意識して早口になり、聴き取りにくかったのではないかと感じた。自身が改善すべきことかと思う。

・相手方の担当者への連絡先を早めに知りたかった。
 ・スケジュール確保の関係からもう少し早く商談の日時を決定して頂けると助かる。
 ・事務局の方が一番最後に入る形となり、一瞬どうすれば良いか分からなかった。事務局は最初に入る（モニターON、マイクON）ようにして頂ければと思う。また、かなり時間が短い商談なので、事務局からは直ぐに両者にバトンを渡し、最後の締めもサラッとして欲しい。ハンドリングや挨拶などで事務局が時間を掛けないようにして欲しい。

・事前に相互が書面で質問・アピール事項を確認できていれば、更に商談の価値が高まると考える。

・Teamsだと音声が通らないので、出来たらzoomで開催をお願いしたい。

・お互いの会社についての参考資料を事前に見られたら良いと思った。

・45分ぐらいの設定だと助かる。

・具体的な取引内容が事前に知らされており、商談がやりやすくスムーズに行えた。実際に取引に繋がる様、努める。

・前回と違い、商談にアドバイザーをお願いした。司会として、スムーズな流れを作ってくただけで、とても助かった。訊きづらい事もそれとなく商談に乗せてくれたり、話さなければならぬことを失念していてもそこを指摘して下さったりと、私のつたない商談をサポートしていただけた。売り買いは基本対等だが、商談の際に信用できる第三者がいるのは、売る側としては心強い。

・Teamsは操作がしづらいため、ZOOMがありがたい。

・商談としては30分ほどの内容で妥当な部分ではあるが、こういった形【オンライン】での簡単な自己紹介を中心とした商談はお互い気軽に参加できる反面、成約率がとても低く難しい印象がある。初回はこのような簡単なオンライン商談をして双方希望があれば、後日しっかりと踏み込んだ内容の二次マッチングを行うところまでスケジュールを組んで、取り組んでもらう二段階商談を企画していただければもう少し踏み込んだ商談ができ、お互いにメリットになり非常に嬉しいと思う。

・今後ともご紹介いただければ嬉しく思う。

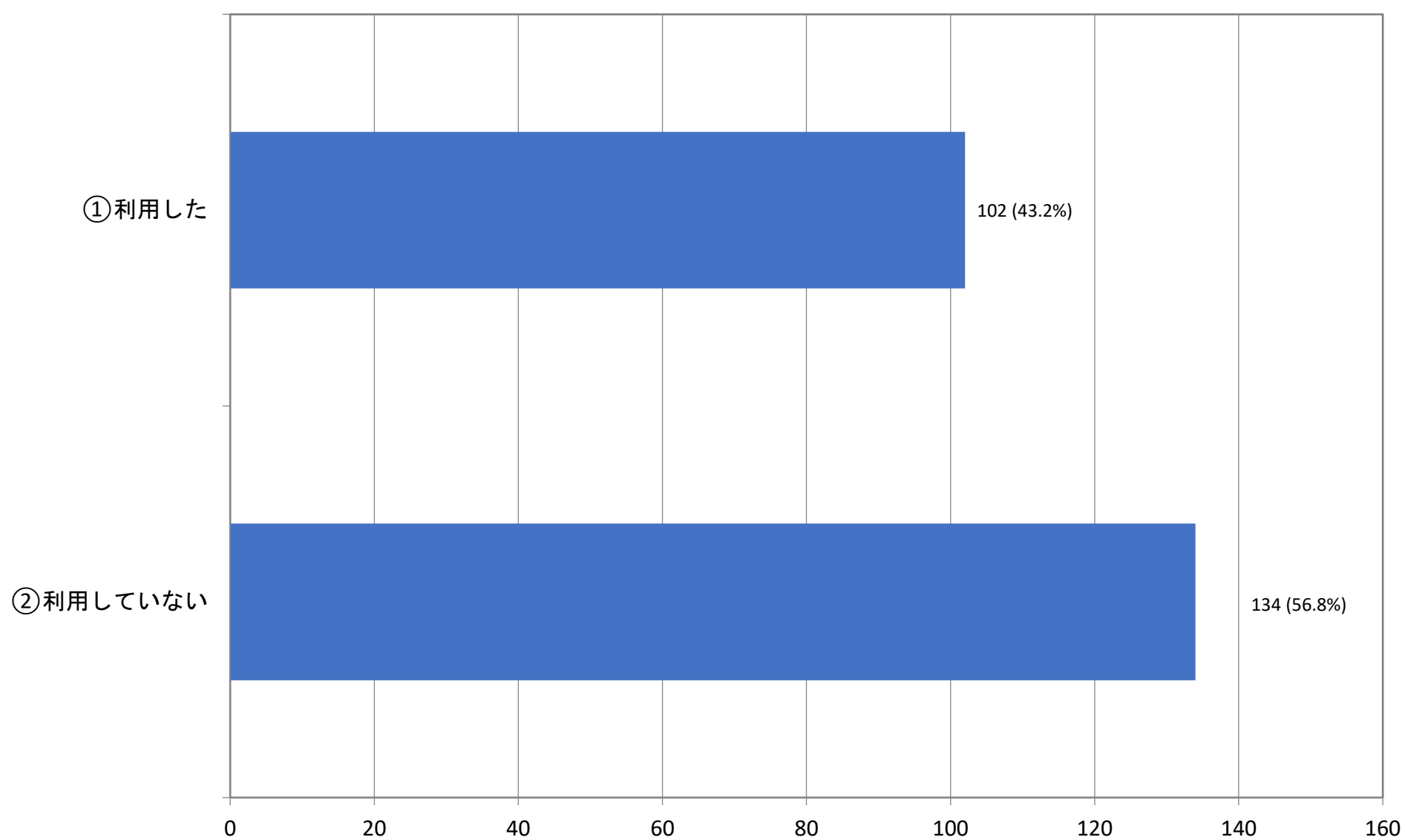
- ・今回は商談会で日本ワインのご要望が無かった中、ピンポイントでご紹介頂けたので非常に感謝している。また機会があれば是非宜しくお願いしたい。
- ・Zoom会議の方がやりやすいように思う。
- ・初めての参加だが良い雰囲気でありがたかった。
- ・情報はいただけているので実務上は問題ないが、たとえばお互いの名刺ボタン（名刺交換ボタン？）のようなものがあり、それをクリックしたら相手のPDF版の名刺がもらえる機能とか？私が昭和世代なのかもしれないが、名刺をもらいたい！
- ・初回なので面通しという面では30分の時間割で充分だったが、商品のご案内を含む本商談を入れた場合は40分～60分の時間があった方が良かった。
- ・もう少し商談時間を長くしてほしい。
- ・初回の商談だったので、最初に商談後の流れも説明して頂けると良いかと。
- ・専門家に入って頂くことで非常に中身のある商談になったと思う。
- ・事前にサンプルを送り試飲してもらいながら商談したり、見積を見ながら商談したかった。
- ・あと15分くらい商談時間があるといいなと感じた。
- ・毎回同じことを書くが、もう少し商談時間を長くしてほしい。
- ・1回のwebミーティングですんなりとマッチングが決まることが少ないので、お互いのメールアドレスを交換する事が大事だと思われる。チャットで交換はするが、zoom機能の名前欄に会社名と名前を書く際に希望者は自分のメールアドレスを記載しておくなどのルールが出来たら嬉しい。
- ・従来通りオンライン商談会を利用したい。
- ・求めている商材を教えてください。
- ・次回からは、5分前には入れるようにしたい。
- ・Zoomにしてほしい。商談先の企業情報をもう少し早めに頂きたい。

② 卸売事業者

- ・商談できる登録事業者数を増やしてもらいたい。（3社か5社の登録事業者様と話したい）。
- ・より多くの蔵元様と話す機会を頂きたい。
- ・全体の1回目の商談会は酒蔵や輸出業者もどのように開始したらいいかわからない部分もあるため、運営事務局の方からもう少し説明やお互いの自己紹介の際に間に入れていただくと、話に入りやすいかと思う。
- ・事前に継続協議用連絡先シートのようなものがあればありがたい。
- ・蔵元様によってはインフラ整備が不備でいらっしゃる、Webでのやり取りが上手くいかない面がある。
- ・資料の画面共有など、Teamsの商談でよく使う機能は少し蔵元様にレクチャーして頂ければと思う。もう少しタイムキーパー的な事をして頂きたかった。今回は当社が輸出している国は事前にお伝えしていたが、蔵元様の希望される輸出先や簡単な情報など、共通で事前に共有できる資料かなにかあったら良かったなと思った。
- ・事前にもう少し経緯等の情報をいただけているとよかった。
- ・専門家の方のお話しをもう少し聞きたく思った。
- ・Zoomの方が皆さん慣れているので助かる。
- ・使うデバイスにより、Teamsの扱い方が異なる為、Zoomの方が使いやすいのではないかと感じた。
- ・限られた時間なので、時間前でも両社が入室したらスタートしてほしい。
- ・商談システムをTeamsだけでなくZoomも活用したほうがいいのでは。Teamsは使用経験の少ない企業が少ない気がする。
- ・以前のマッチング商談では事前にご送付頂いていたが、酒造様の輸出可能国や展開を希望している国などがわかる資料があるとさらに話がスムーズに進めていけると思った。ご検討の程お願いしたい。

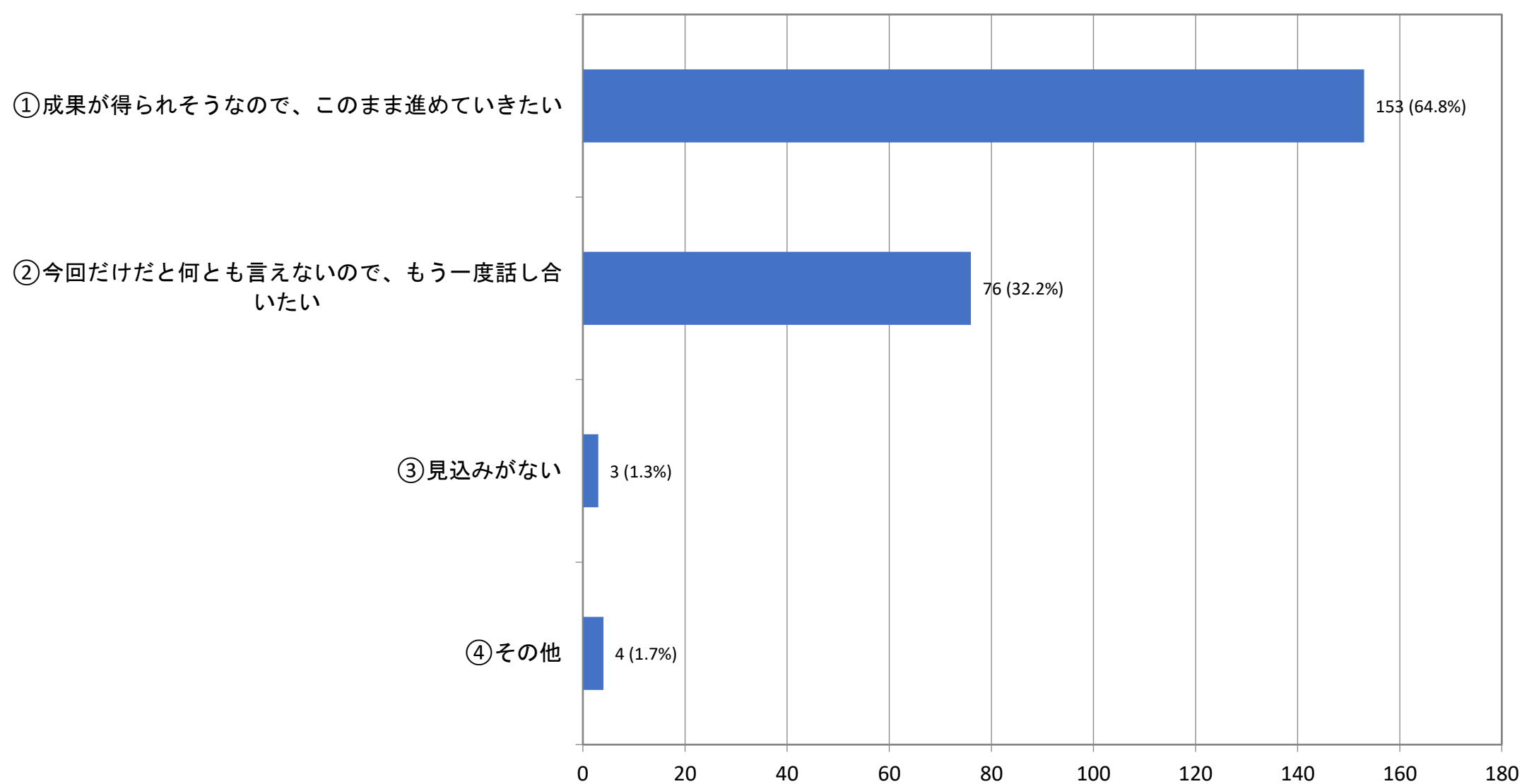
7. 今回、マッチング（商談会）を希望する登録事業者様を選ぶ際、SAKE-CONS0の専用サイトにて登録事業者検索をご利用いただきましたか。

グラフ単位：人



8. 今後の見通しについてお聞かせください。

グラフ単位：人



9. Q8でその他をお選びいただいた方は、その内容をお聞かせください。
 (その他以外をお選びになった方々からも、多数入力あり)。

① 酒類製造者・酒造組合

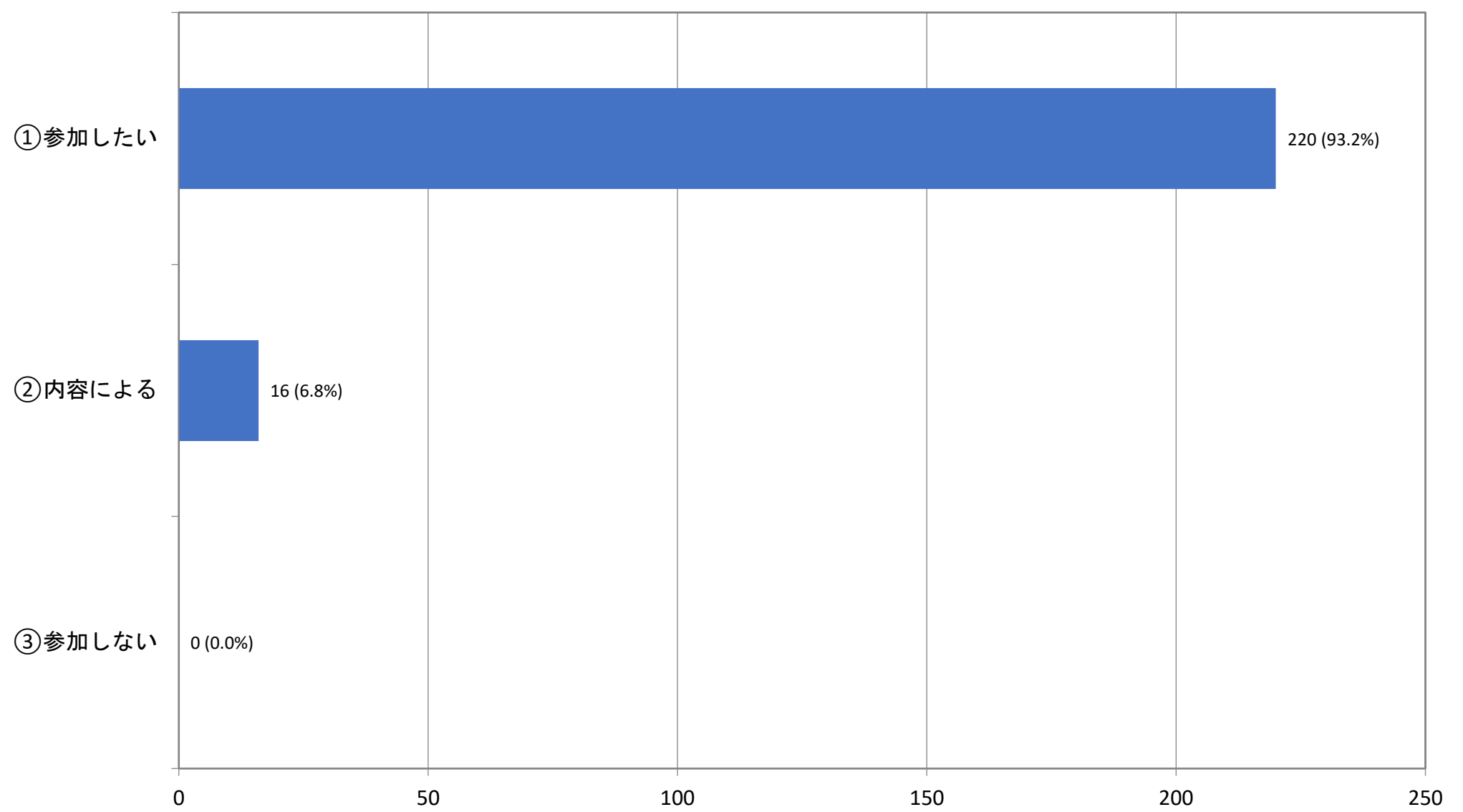
- ・ファーストコンタクトでは何も分からないので、引き続きお話ししたいと思う。
- ・詳しい内容を詰めていきたい。
- ・具体的な数量も見えてきている。
- ・清酒の輸出はこれからとのことで、じっくりとお話しする必要があるように感じた。
- ・弊社としてはお取引をして頂けると、とても有難い。与えられた時間で、そこまで伝えられたかと問われると不十分であったかも知れない。しっかりと準備すべきだった。また機会をいただけると幸甚だ。
- ・国内での飲食店での販売と海外越境ECでの販売ができそうである。
- ・30分では何も分からないと思うので、今後ご連絡をしていきたいと思っている。
- ・具体的な内容まで話せた。後日、実際にお会いして話を進めるに至っている。
- ・先方から商品を選定して頂いて連絡頂くことになっており、その状況を見てからになる。
- ・Teamsの機能が使いこなせなかったが、相互の連絡(メール・Tel)を確認でき、次回以降に詳細な話をする約束が出来た。
- ・継続して利用することで情報を集め、弊社に合う取引先を探していきたいと考える。
- ・次のステップ(サンプル送付)に進んでいないので判断しかねる。
- ・送ったサンプルの評価を聞きたい。次のステップとして見積もりを送りたい。採用の可否を知りたい。
- ・今後は商品の見積りや登録作業を行う事となっている。引き続き連絡を取りながら進めていきたいと思う。
- ・アドレスを聞いたのでアプローチしてみる。
- ・弊社の取引企業はほぼ酒類・食品をメインに輸出している企業だが、卸会社様のお話を伺っていると酒類・食品以外に空調システムなどもされており、酒類の事業拡大の将来性がいまいち掴めなかった。

② 卸売事業者

- ・先方からは前向きな回答をもらったので、とりあえず前に進めていきたい。
- ・早速御見積もいただいたので、さっそく各国へ提案を進めたいと思う。
- ・国内販売も含め、輸出事業についても概ね賛同いただけた。
- ・双方のコンセプトが合えば取引きに繋げていきたい。
- ・実際にマッチできるかが不明。
- ・マレーシア企業に提案予定で、受け入れられれば採用になる流れが見えているので、まずは提案をする。
- ・提案予定の国において、既に導入が進んでいるとのことで、それでも取引先で採用になるかどうかによる。
- ・味見をしてみないことにはわからない。
- ・時間内では聞けない質問もあったので、連絡をとる。
- ・サンプル&見積書を検討してからの判断だと考える。
- ・輸出を希望されている業者と商談ができることで、前向きな話ができ、国が合えばすぐに進めていける。

10. 今後このようなマッチング（商談会）に参加したいと思いますか。

グラフ単位：人

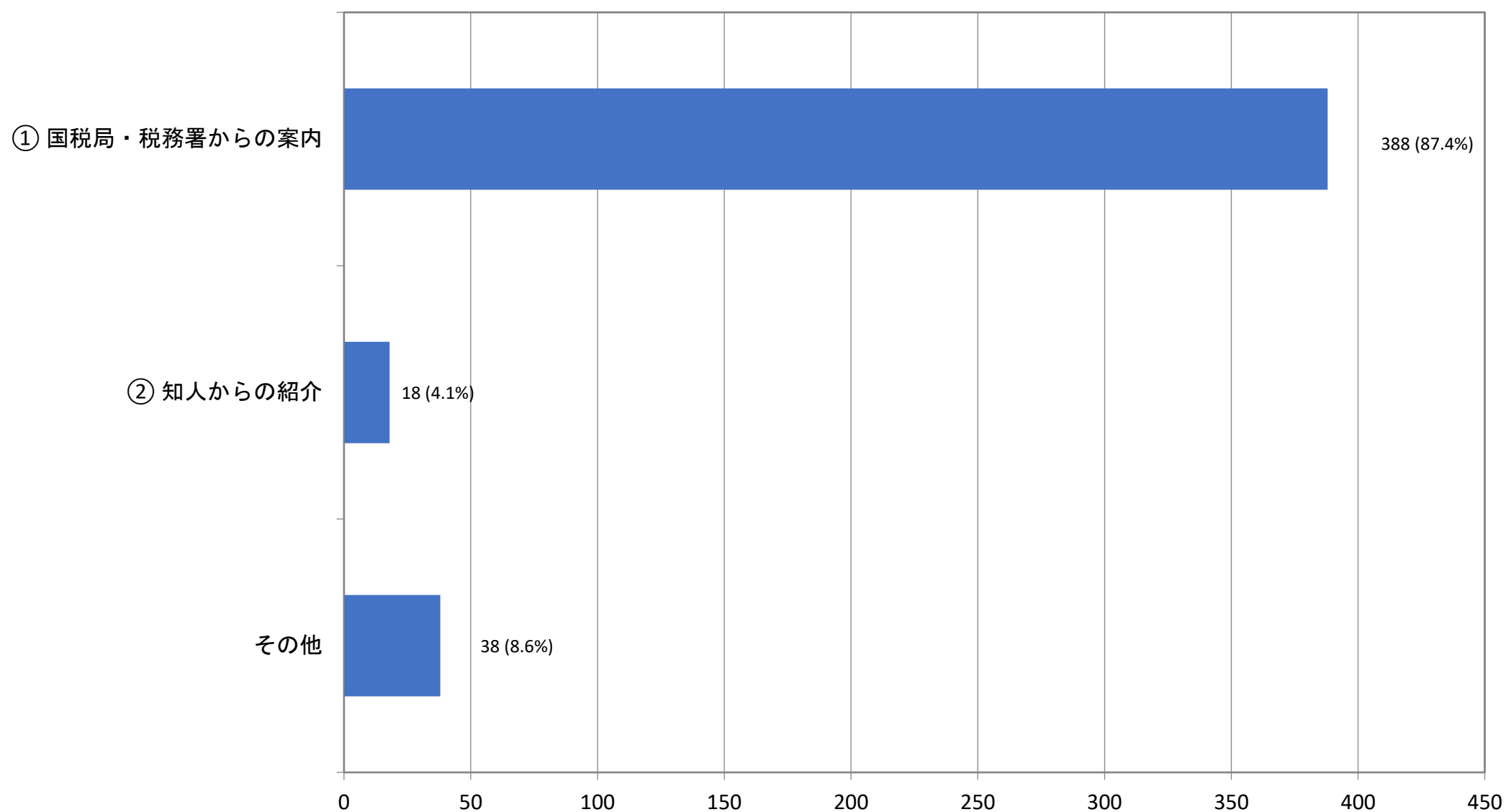


7-3 年度末アンケート

① 酒類製造者・酒造組合

1. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムをどこで知りましたか。

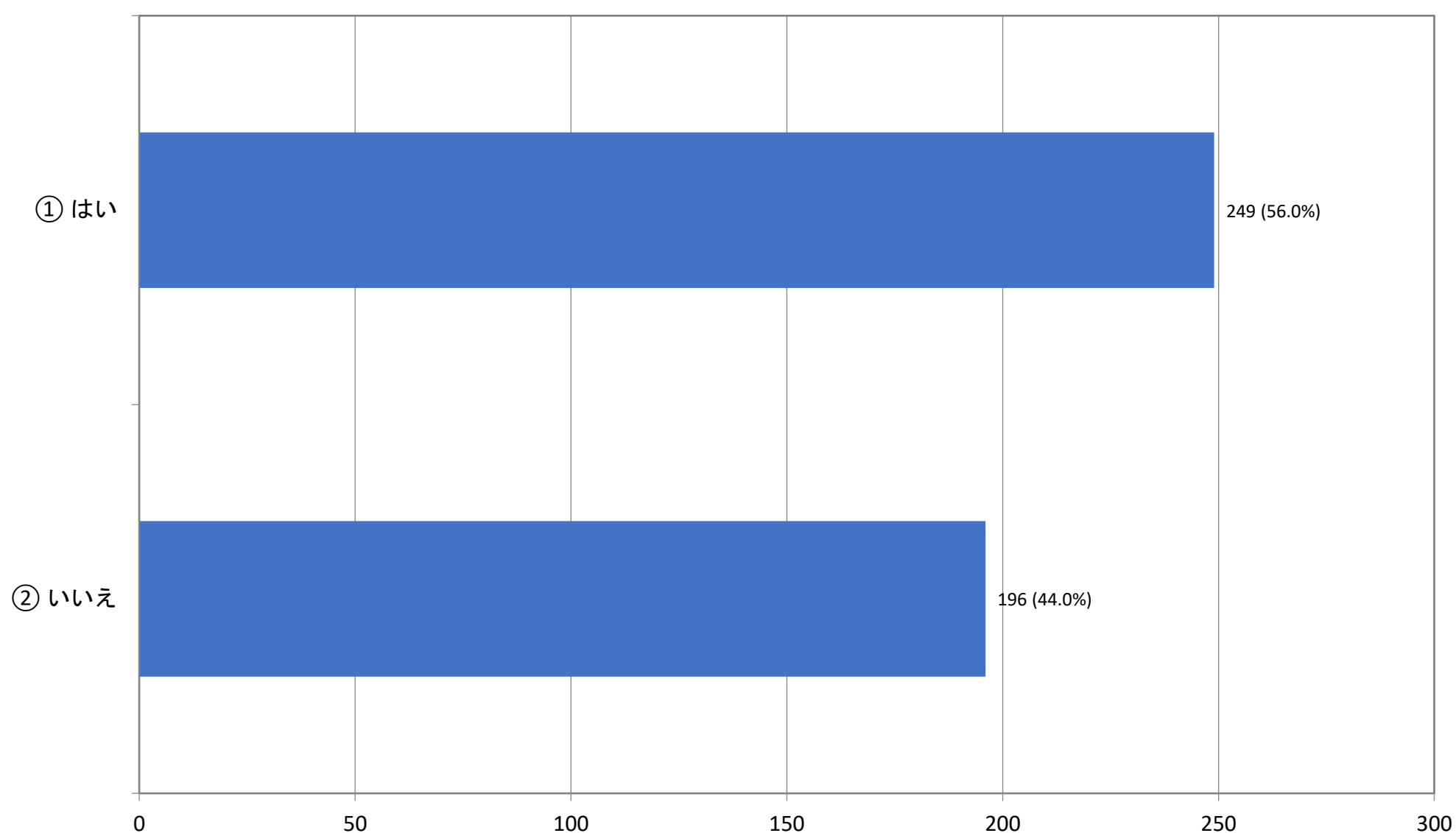
グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：ジェトロ、酒造組合、ネット、親会社、取引金融機関 など

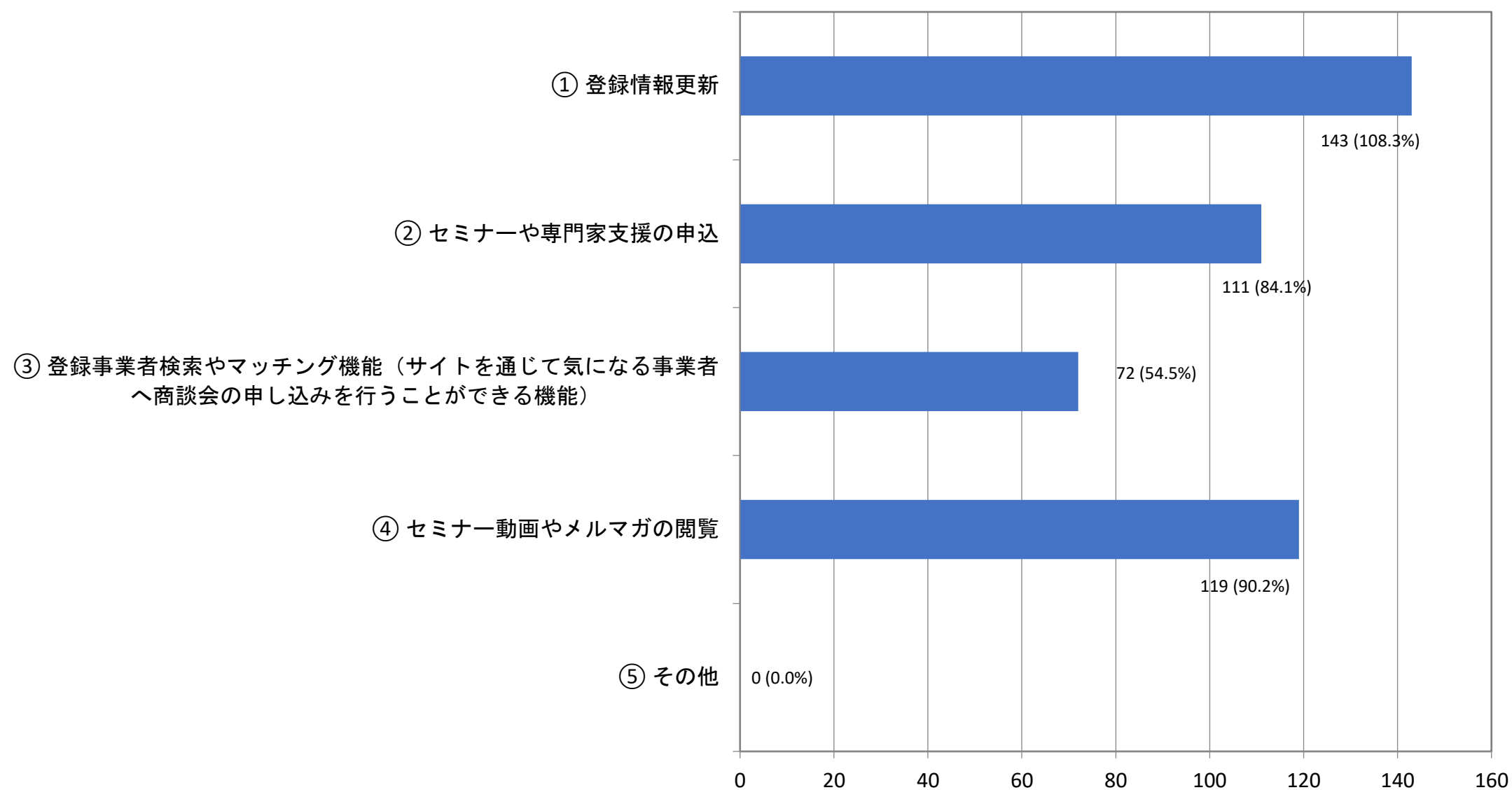
2. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのウェブサイトを利用したことはありますか。

グラフ単位：人



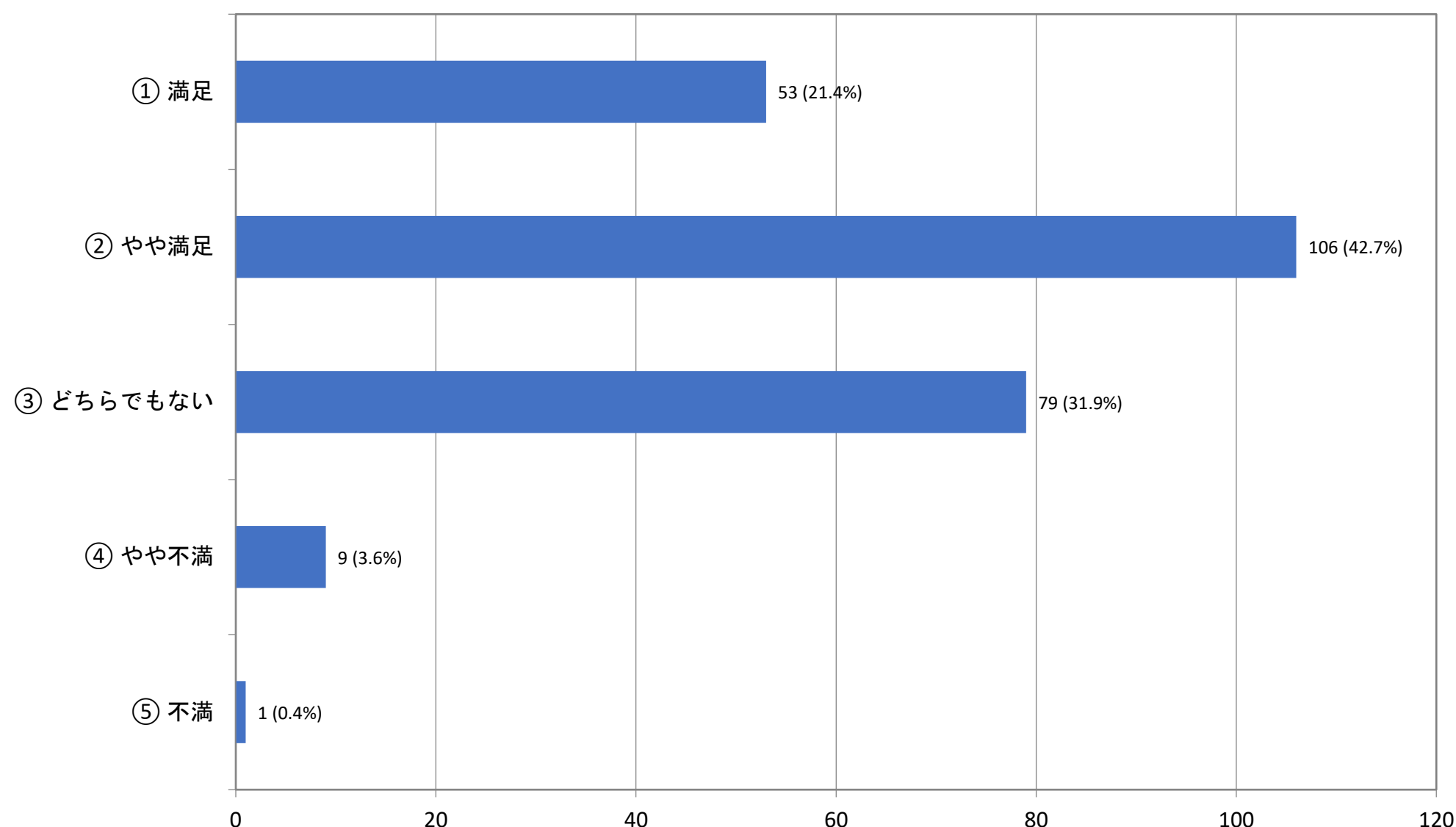
3. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。利用した機能を教えてください。（複数回答可）

グラフ単位：人



4. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。ウェブサイトの満足度を教えてください。

グラフ単位：人



5. Q4で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 ウェブサイトのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・ 段々リニューアルされているようだが、まだ使い方が少しわかりにくい。
 - *例えば登録事業者マッチング検索後に、「申請」を押すとどうなるか？利用してみたいが、そのまま相手先に何が送られるのか分からないので利用に躊躇する。また、せっかくデータベースをお持ちなので絞込検索機能ももう少し強化して頂けると助かる。
 - *商談会、展示会、セミナーが混在しているので探しにくく感じる時がある。
 - *データをCSVなどに抽出できる機能があると助かる。
- ・ 情報の重要度がわかりにくい。
- ・ メールでセミナー動画のアップロードを教えていただいた後に、ログインして探し出すのが大変なため、メールにURL表記、もしくはウェブページのお知らせ欄に「○○アップロードしました」のように、すぐにアクセスできるようにしていただけると使いやすい。
- ・ 国内輸出商社、卸とのマッチングしかないこと。
- ・ 端的に記載してほしい。
- ・ 利用しきれていない。
- ・ 目的とするサイトになかなかたどりつけない。使いにくさを感じる。
- ・ セミナーの案内をいただき、申込する際に、当該セミナーのタイトルが表記されないため、探しづらい。
 - ・ 情報量がもっとほしい。
 - ・ 積極的に取り組んだが、成果が上がらない。ウェブサイト上での効率的な進行を期待している。

6. Q2で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

- ・ 輸出対象国が既に当社の輸出先であった為。
- ・ メールは拝見している。
- ・ 弊社がまだ利用できる体制でないため。
- ・ 輸出ルートを持っているから。
- ・ 弊社が今現在、酒蔵再建で動いている段階だから。
- ・ 必要とする機会がなかった。
- ・ 見る時間がない。
- ・ まだ販売を行っていないため。
- ・ 輸出の計画がないため。
- ・ 輸出商材未完成のため。
- ・ 今輸出が伸びているため。
- ・ 輸出を積極的に行うと考えていないため。
- ・ 国税局から登録だけでいいからと言われただけ。
- ・ 利用したいと思わなかった。
- ・ メールで案内がくるだけだから。
- ・ どのように利用するのかわからない。
- ・ 製造量が少ない為。
- ・ 現在商品在庫が少ない為。

- ・ 現在輸出まで手がまわらないため。
- ・ イマイチ理解できていないため。
- ・ 注視してない。
- ・ 知らなかったから。
- ・ 現在、新たな事業者との取引を望んでいないから。
- ・ 取引に関する考え方が違うように思われる。取引が成立する見込みが低く、手間や費用がかかるように見受けられる。

7. マイページに掲載の“酒類輸出をはじめめるための商談ノウハウ動画”についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

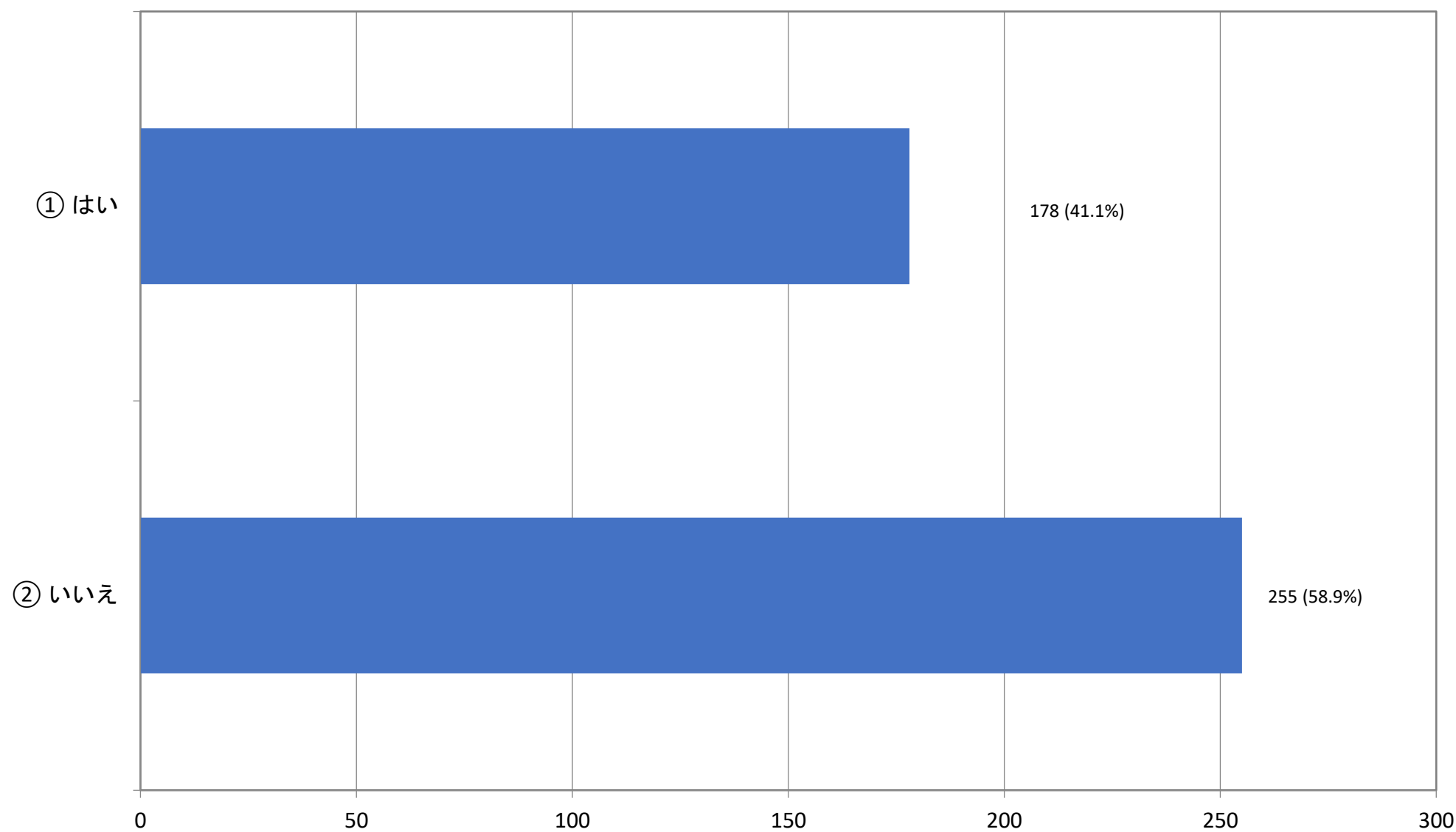
- ・ 各国の税制や関税率について知れたら良い。
- ・ セミナー動画は出来るだけコンパクト（短時間）にして頂けると、視聴する側も集中することが出来るかと思う。
- ・ 未確認だが、また拝見させていただく。
- ・ 説明がわかりやすく大変良いと思う。
- ・ 非常に分かりやすく理解できた。
- ・ 総論に陥りがちになるが、名論として個別具体的な対応が望まれる。
- ・ 初歩的なもので弊社には無用だった。
- ・ リアリティがあり、興味深く拝聴した。
- ・ 酒類とはいえ、メインの商材が本みりんのため参考程度に視聴した。
- ・ 動画として見やすい面もあるが、PDFなどの資料として要点をまとめてもらうと手引きとして使いやすいと思う。
- ・ もう少し短い動画だと見やすいと思う。
- ・ すごく勉強になった。
- ・ 解りやすい。見やすい。
- ・ あまり参考にはならなかった。

8. ウェブサイト全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・各商社の過去5年の実績等企業分析もあったらありがたい。
- ・海外のインポーターやディストリビューターの情報等も知れたら良い。
- ・補助金情報をもっとあると助かる。国税庁やJETROに関わらず、農水省や商工会関係等。
- ・マイページの構成が少しわかりにくく、もう少しプルダウンなどで見やすくしていただけると助かる。
- ・すこし使いづらい。
- ・満足できるものだ。
- ・連絡板の様なイメージで訪問意欲が湧かない。
- ・ログインした後のセミナーの応募サイトまでたどりつくのがわかりづらい。
- ・文字が大きくて見やすい。
- ・シンプルで良い。メインページから、マイページへ行くのが分かりにくい。
- ・主に臨時配信の部分（セミナーやオンライン商談）を利用することが多いが、この部分が分かりづらい。
- ・Googleで「sake conso」で検索してもすぐにwebサイトにたどり着けない。もっとアクセスしやすくするべきでは？
- ・利用頻度に対してオーバースペック。綺麗にできている。
- ・このウェブサイトが誰のために作られたのか、だれが見ているのか不明。
- ・内容自体はよいと思うが、使い勝手が悪い。また、メルマガなどによる指示に従って操作しても、目的のサイトにたどりつけないことが多かったので、途中で見るのをあきらめた。
- ・検索しやすく、見やすいように変更してほしい。
- ・私が聴講してないと思うが、現地レポートといった情報があれば良い。
- ・見やすい。
- ・メルマガジンについては、タイトルのみでトピックスや内容がわかればと思う。コンソーシアム内にどの程度の酒類メーカー、卸売事業者が登録しているのか把握ができないため、数を把握できるように変更いただきたい。
- ・メルマガのアーカイブだけでなくサイト上にコンテンツが増えたらもっと活用したい。
- ・もう少しマイページ上でオープンにしていただけたらと思う。現在のでは申し込み受付のような感じ。成功事例とか、今後のために参考になるようなサイトを希望。
- ・日本ワイン関係が少ない。

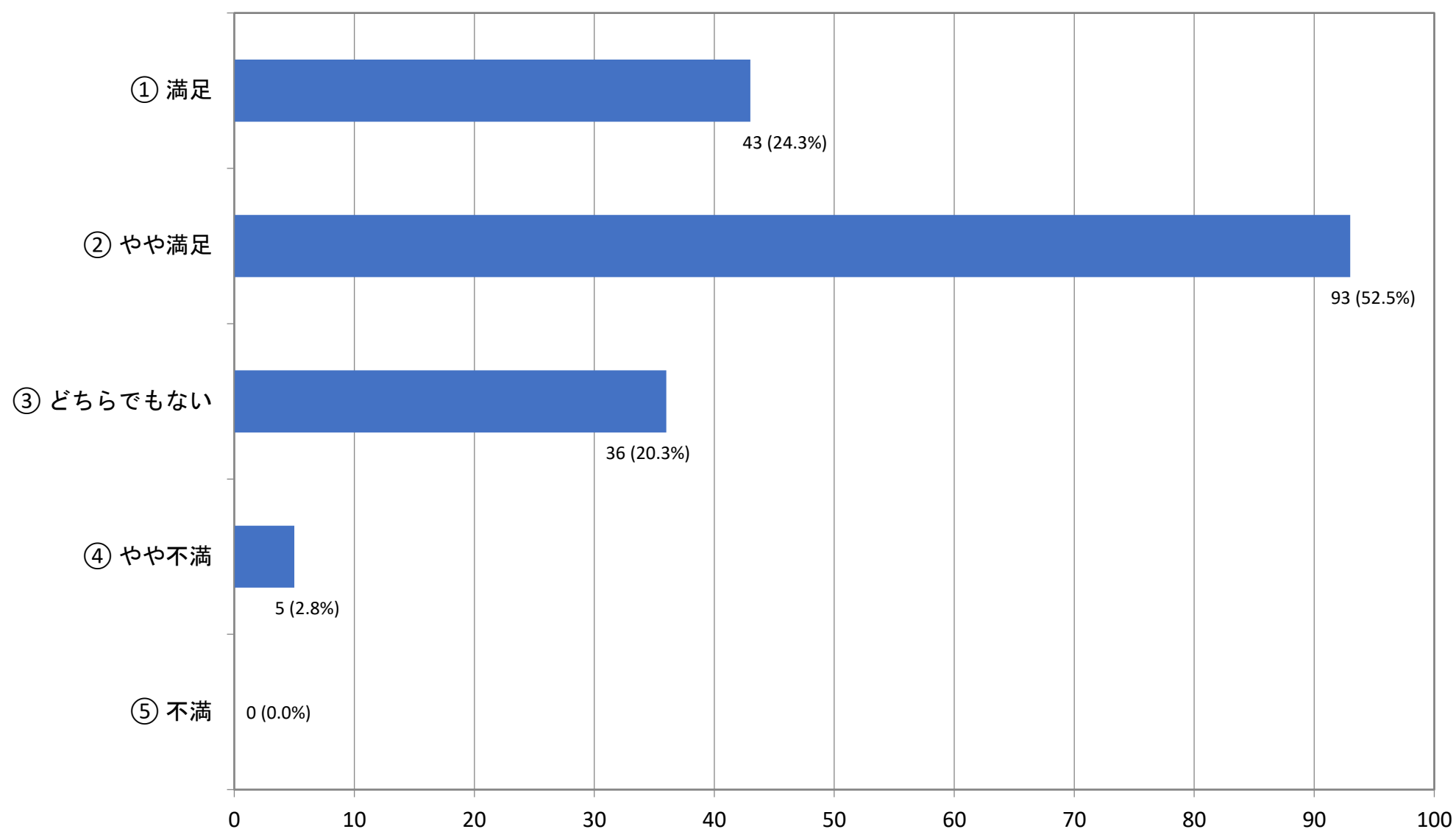
9. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのセミナーを視聴したことはありますか。

グラフ単位：人



10. Q9で「①はい」と答えた方に質問します。セミナーの満足度を教えてください。

グラフ単位：人

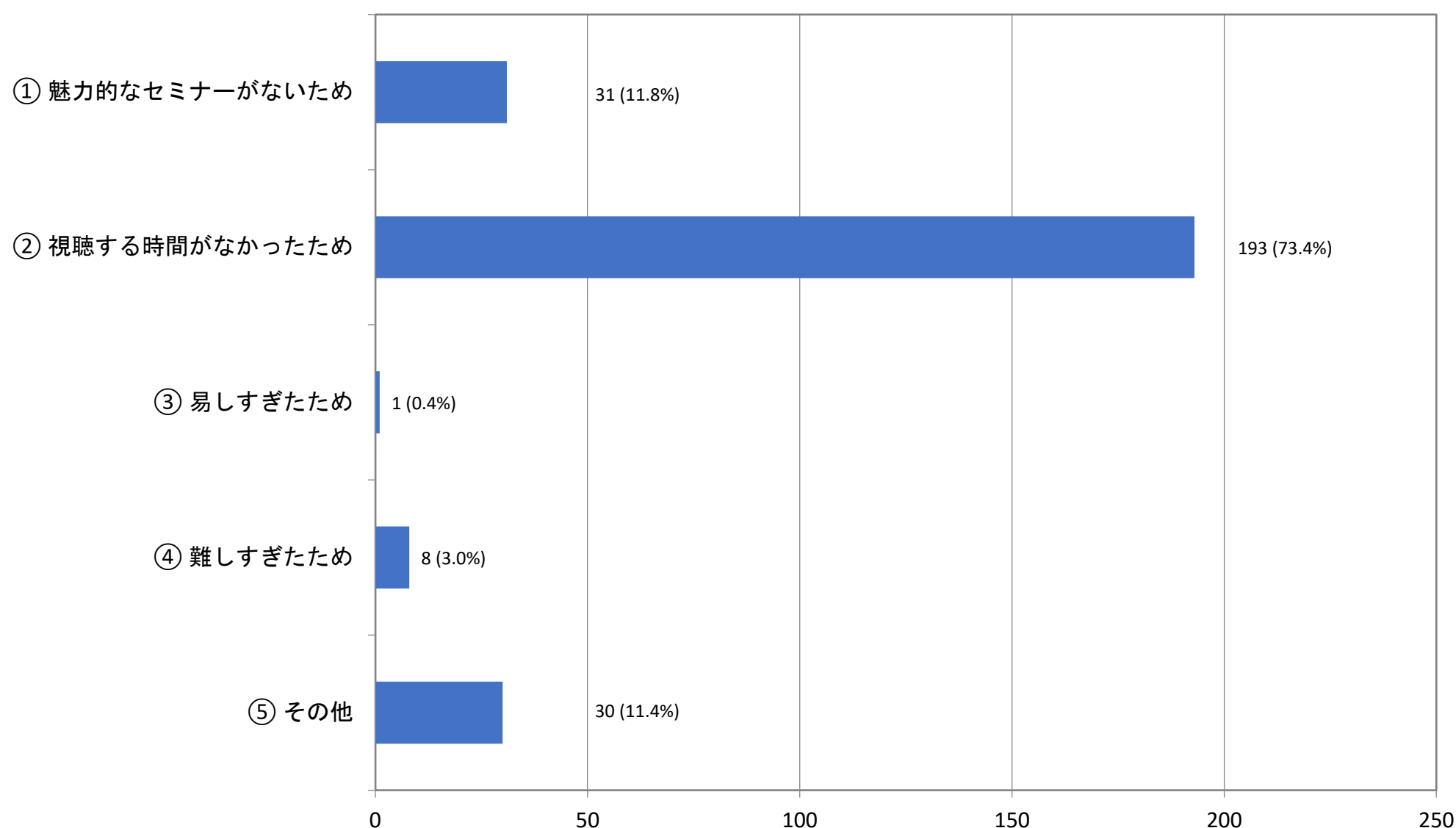


11. Q10で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 セミナーのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・ 有益な情報もあるが、あまり多くないように感じる。
- ・ 最近興味を持てる内容が無い、少ない。
- ・ 地方の小規模というか弱小の酒造メーカーにとって、利点となる話が聞けなく、輸出にはある程度の予算が必要なのかな？と思った。
- ・ 全体的なことを内容にしているので、蔵の規模やターゲットの違いにより参考にならないことも多い。
- ・ 目新しい内容ではなかった。
- ・ 色々な酒造がたくさん参加されていていいのだが、質問の機会が短く意味がなかった。セミナーはYouTubeでいつも見られるようにして、質問はラインやメールであとで対応するのはどうか。

12. Q9で「②いいえ」と答えた方に質問します。視聴されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：必要と感じなかった、輸出計画がない、知らなかった、など。

13. 特に参考になったセミナーがあれば教えてください。（自由記載）

- ・ 2022年9月28日（金）中 正宏講師による「海外バイヤーとの商談だからこそ気を付けたいプレゼンテーションと商談資料作り」。
- ・ 輸出の際に注意する事などを講演いただいたセミナー。
- ・ 酒類輸出をはじめのための商談ノウハウ動画。
- ・ 焼酎のアメリカ輸出について。
- ・ アメリカ状況に関するセミナー。
- ・ 最新中国市場の動～平和堂中国の取り組み～。
- ・ スイス、イタリア 日本産酒類輸出の可能性。
- ・ 情勢について 焼酎に特化したセミナー。
- ・ セミナー名は忘れたが、貿易統計の調べ方について案内のあったセミナー。
- ・ 1回しか見てないのでなんともいえない。
- ・ 米国商談会向けセミナー全般。
- ・ フランスSylvain Huet氏のセミナーが分かりやすかった。
- ・ 海外バイヤーとの商談で効果的なプレゼンテーションの組み立て方、英語や中国語ができなくても相手に伝わる商談用資料作りに関するセミナーは、今までの失敗原因を知り、資料を見直すきっかけとなった。
- ・ 海外市場の動向。
- ・ 北米への輸出について。
- ・ 商談の仕方など。

14. 希望するセミナーのテーマがあれば教えてください。（自由記載）

- ・ アメリカにおける輸出拡大のための成功事例やノウハウをテーマとしたセミナー。
- ・ 自社PR動画作成＋外国語字幕を付ける セミナー。
- ・ オンライン商談において非常に効果的なPR方法である動画を、少ない人手と限られた業務時間の中で短時間に仕上げる方法。
- ・ パワーポイント資料の中での動画埋め込みなど。
- ・ 大ロットの取引（継続）ができるようなビジネスマッチングの方法。
- ・ 各国の市場動向、消費者志向など。
- ・ 各国・地域のアルコール輸入の規制や必要提出書類やラベル記載事項、アルコール市場の現状など。
- ・ 消費者やマッチング会社様の直接の声を聴くようなものがあればよい。
- ・ 各国別の蒸留酒（ウイスキー、ジン、ラム酒）のリアル消費動向についてお願いしたい。
- ・ インド市場に関するセミナー。
- ・ 輸出している酒蔵の方の生の声、苦労話やうまくいくテクニックなど。
- ・ 現地の状況、情報をお伝えいただけるセミナーを今後も実施してほしい。
- ・ 輸出時の納税について。
- ・ 輸出に必要な知識や、輸出時の慣例・マナーなどについて。
- ・ 国によって対応が異なると思うので、輸出を始める際の注意点、気を付けなければならない事を変則的な国に絞って特集していただきたい。
- ・ 海外向けパッケージ、ラベルデザイン、好評の商品ラベルイメージなど。
- ・ 日本ワインの関係事例（マーケティング）。
- ・ アメリカの流通。
- ・ 現地の情報（酒税も含む）。
- ・ 発信の仕方（地域にあわせた）。

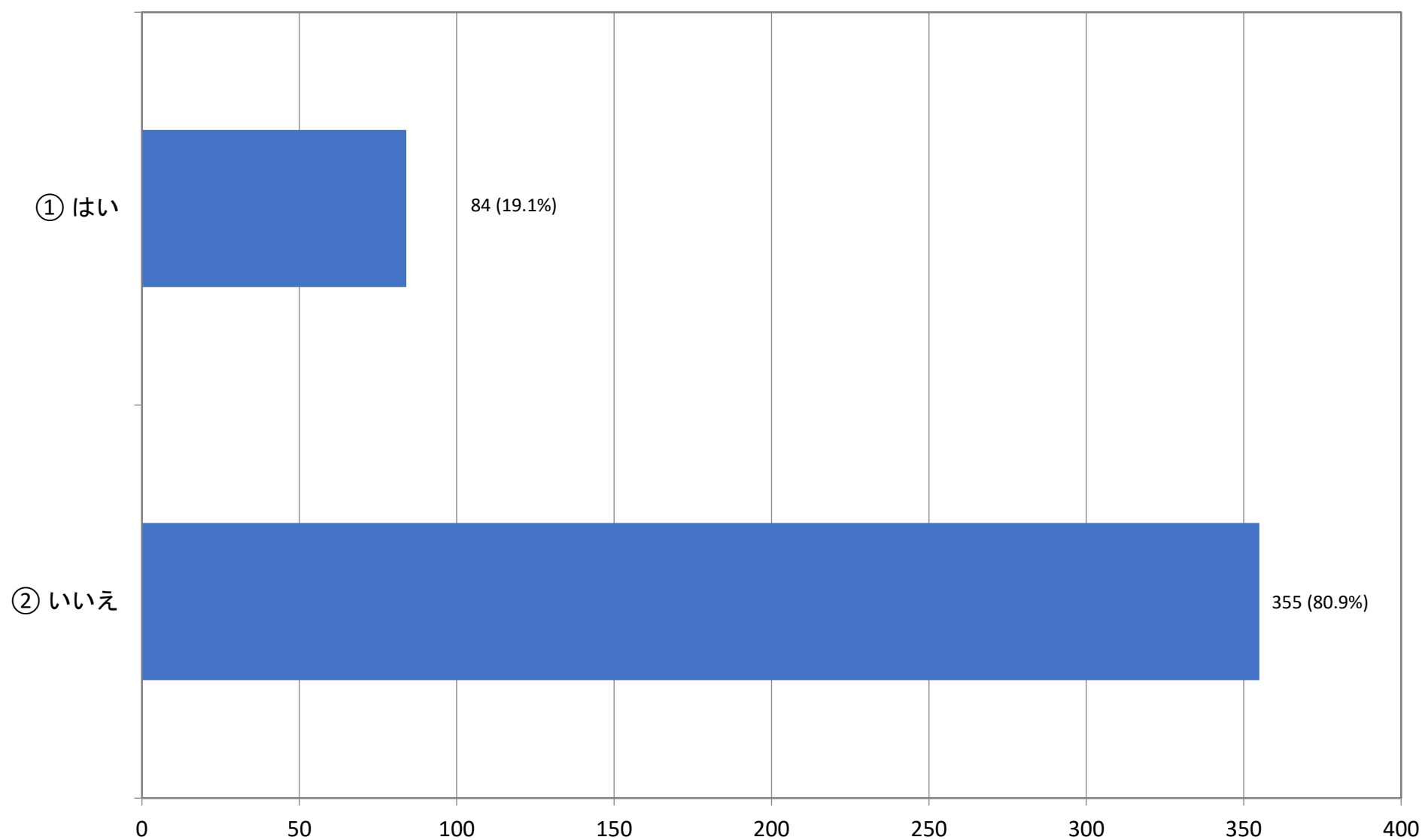
- ・ 現地での市場動向が知れば助かる。
- ・ 具体的な輸出上の実務について、例えば契約書の作成であったり等々。
- ・ 外国語ラベルの対応方法、各国の輸入規制の解説。
- ・ 輸出に関する手順（特に直接取引の場合の手続きや書類、条件による違いなどの部分、送金の内容など）を説明してほしい。
- ・ コロナ後主要都市（NY, LA, SF, HK, パリ、ロンドン、上海など）の市場（清酒）の変化について。
- ・ 各国ECでの清酒市場の成長について。
- ・ コロナ渦後の日本酒輸出と海外の日本酒市場の変化について、を希望。
- ・ アジアで求められている日本産酒類（日本ワイン）。
- ・ 海外市場の動向、売れ筋商品・今後の予想など。
- ・ 販路を開拓した後、安定的に販売数量を確保していくために必要なこと。
- ・ 海外代理店とのつながり、各国の嗜好、日本酒に対する意識。
- ・ 今後輸出を考えている登録事業者へメリット・デメリット。
- ・ 輸出について。
- ・ 小規模酒造メーカーが初めて輸出するノウハウ。
- ・ ECサイトでの海外向け販売について。
- ・ マatching企業の専売契約などによる実態（手が出しにくい）ため。
- ・ どぶろくに関するセミナー。

15. セミナー全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 日本酒・焼酎・ウィスキーに比べ海外で販売しにくい日本産酒類（日本ワイン、日本ビール等）について別枠で企画して頂ければありがたい。
- ・ 詳しい内容が、わからないため、貿易会社様が、ほとんどの手続き等を、してくださると、助かる。
- ・ 録画でいつも見られることが希望。
- ・ コンパクト（短時間）にして頂けると、視聴する側も集中できる。
- ・ 年間or半期のスケジュールの掲載。
- ・ 申込期間の延長1月を希望。
- ・ 酒造りのシーズン中は夕方以降のセミナーにして頂きたい。
- ・ 具体例をふんだんに盛り込んでほしい。
- ・ インド市場についてセミナーを開催してほしい。
- ・ オンラインセミナーもご紹介いただいております、移動の手間もなく非常に助かる。
- ・ 少なくとも県単位で開催されることを希望する。
- ・ 統計資料+現地の情報 目線はアルコール専門家のものが欲しい。
- ・ 日本産酒類ということで、日本酒や焼酎が主なトピックとなっていたが、それ以外の酒類に関する情報が少なかったように感じる。日本酒や焼酎以外の酒類に関しても同様に情報提供してほしい。
- ・ WEBとはいえ、セミナーの案内が多すぎると確認に時間がとられる。もっと短時間のセミナーであれば、視聴しやすいと思う。

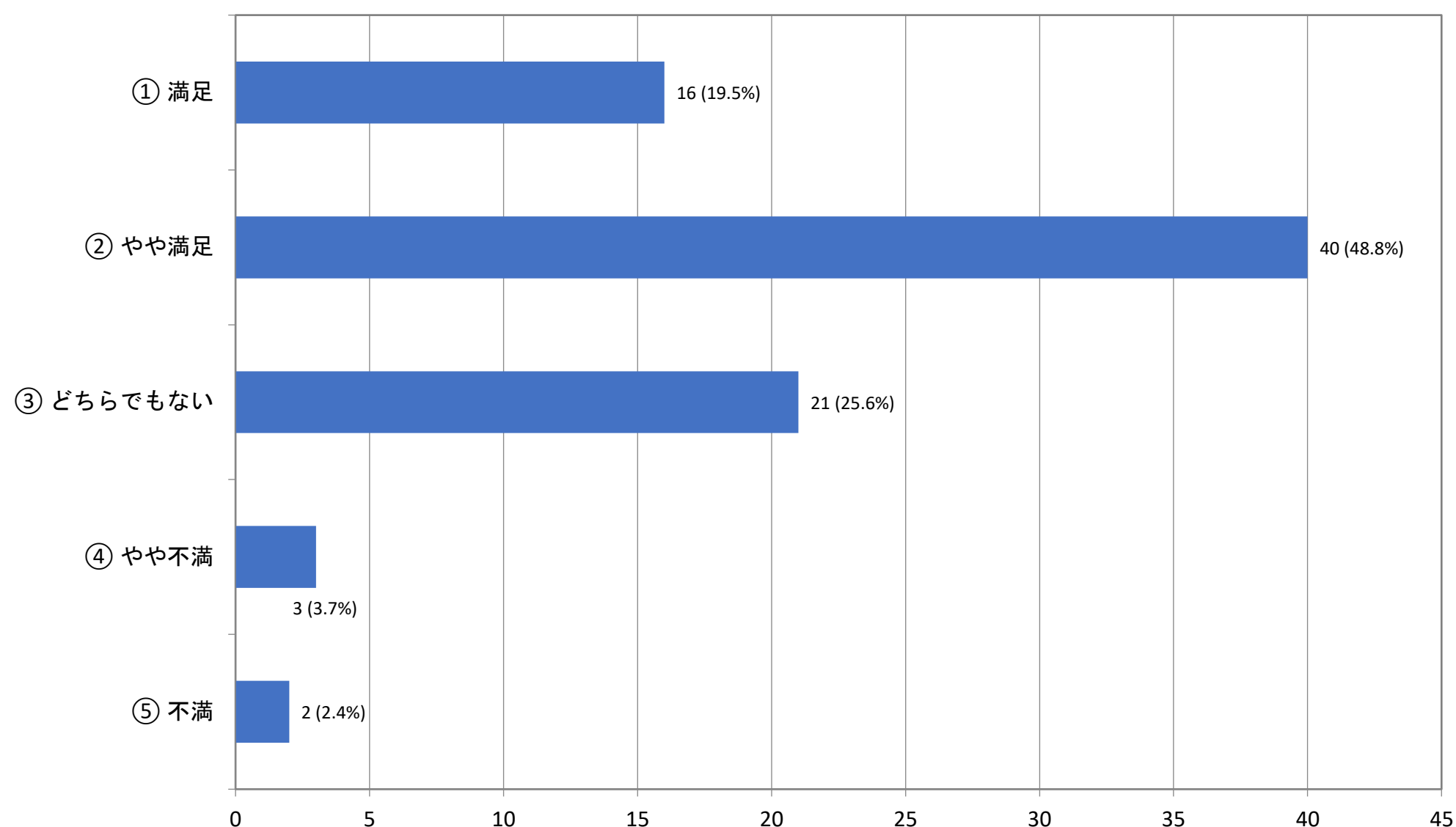
16. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのサイトからマッチング機能（サイトを通じて気になる登録事業者へ商談会の申し込みを行うことができる機能）を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



17. Q16で「①はい」と答えた方に質問します。マッチング機能の満足度を教えてください。

グラフ単位：人

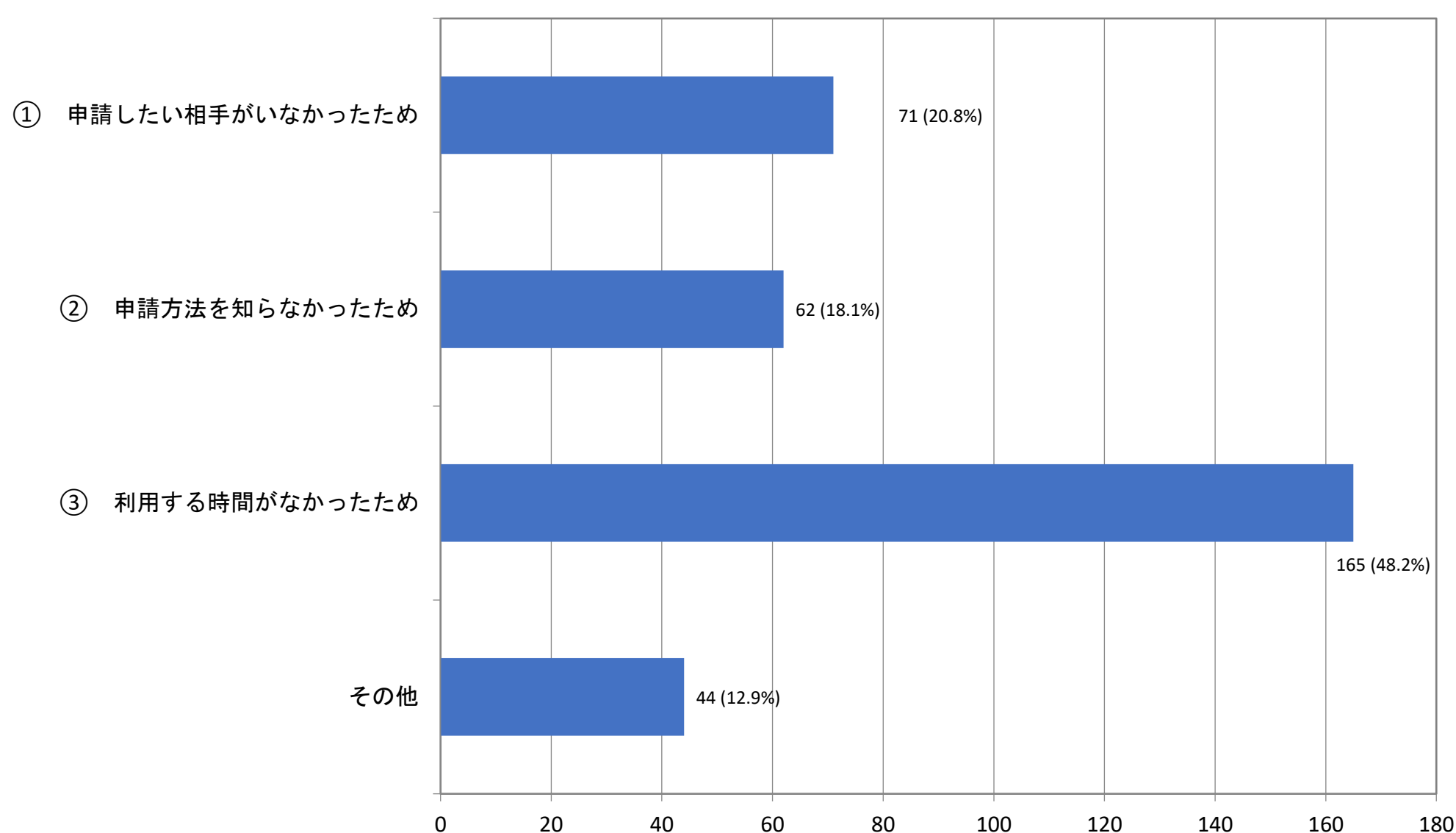


18. Q17で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 マッチング機能のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・あまり有効ではなかった。
- ・リアルがあって初めて安心できる部分を見ると、どこまでいってもマッチングのみで会わずの御取引の場合に不安を感じる。
- ・参加する商社が日本酒取扱いの経験が乏しく、商習慣の違いが大きく意思疎通がとりにくい。
- ・商談先の本気度が低い。
- ・取引につながらなかった。
- ・マッチングしたが、全く返事がない。良かったのか悪かったのか、その後の判断ができない。

19. Q16で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



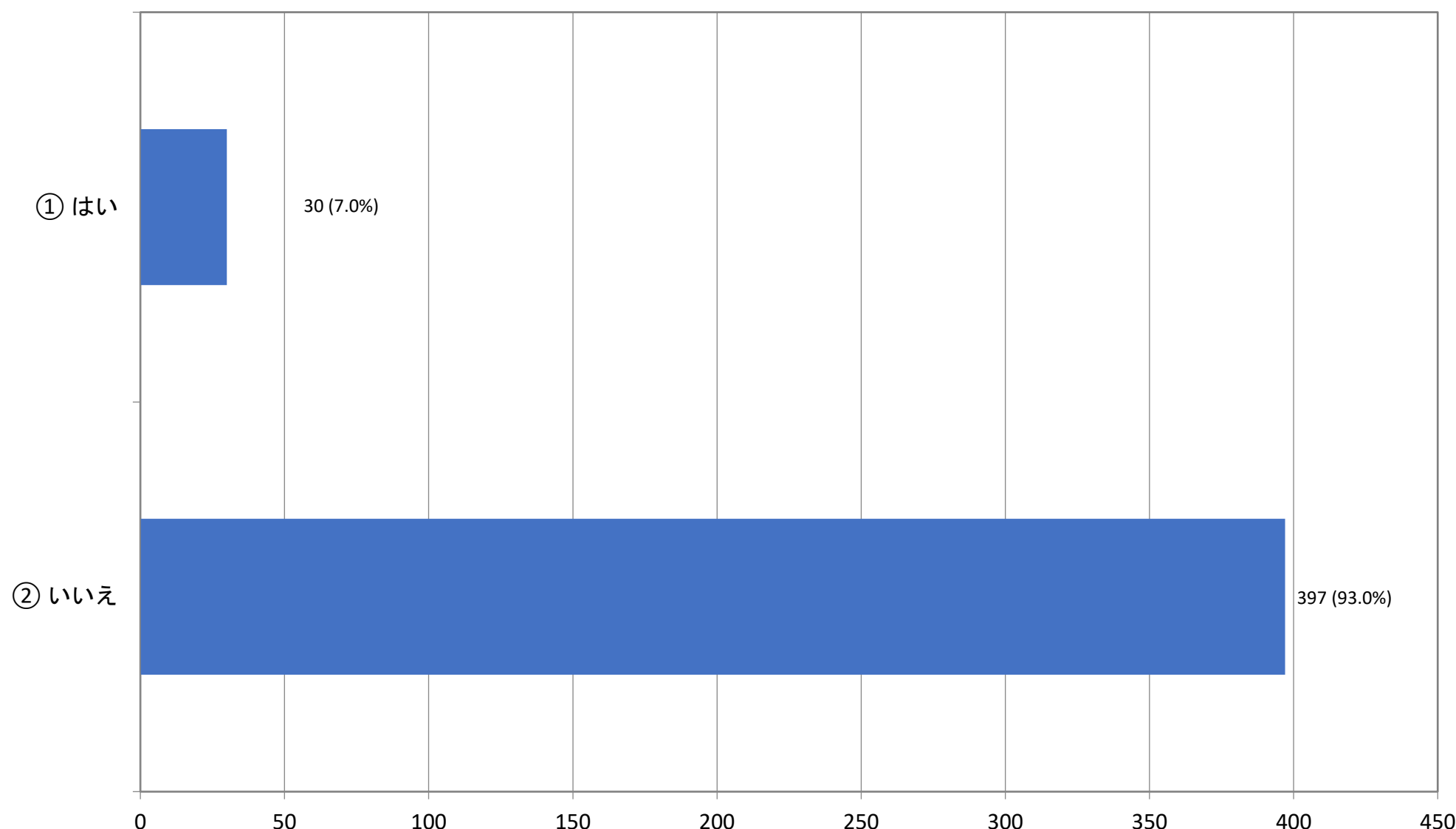
主な「その他」記述回答：組合の為、利用する必要がない、輸出先・商流がある為、等。

20. マッチング機能についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・登録事業者マッチング検索後に、「申請」を押すとどうなるのか？利用してみたいが、そのまま相手先に何が送られるのか分からないので利用に躊躇している。
 - ・小ロットの取引が多いイメージ。コンテナ単位等大ロットの取引が出来れば助かる。
 - ・いつも期限がギリギリで、申し込みにくい。
 - ・単なる見積依頼の調査に終わることがある。
 - ・酒は嗜好品なので何もないとこで商談は難しい。マッチング段階でサンプル送付などの支援補助が紐付きであると助かる。
 - ・使用してみたい。
 - ・マッチング前に参加する相手の情報がない場合が多く、そのときには応募しにくい。
- また、輸出商社が実績として対象国への輸出がどの程度あるのか、販路はどういったところを想定しているのかがわかりにくい。
- ・ワイン生産者。認知不足や需要があまりないためか、日本酒、ウイスキーを求めている業者が圧倒的に多く、担当者にあまり積極性を感じない。
 - ・商談会、マッチングでは何といてもリアルで一対一対応、フェイスtoフェイスに勝るものはないと思う。
 - ・マッチング不成立の時は、今後のために理由が知りたい。
 - ・その後のフォローもお願いしたい。

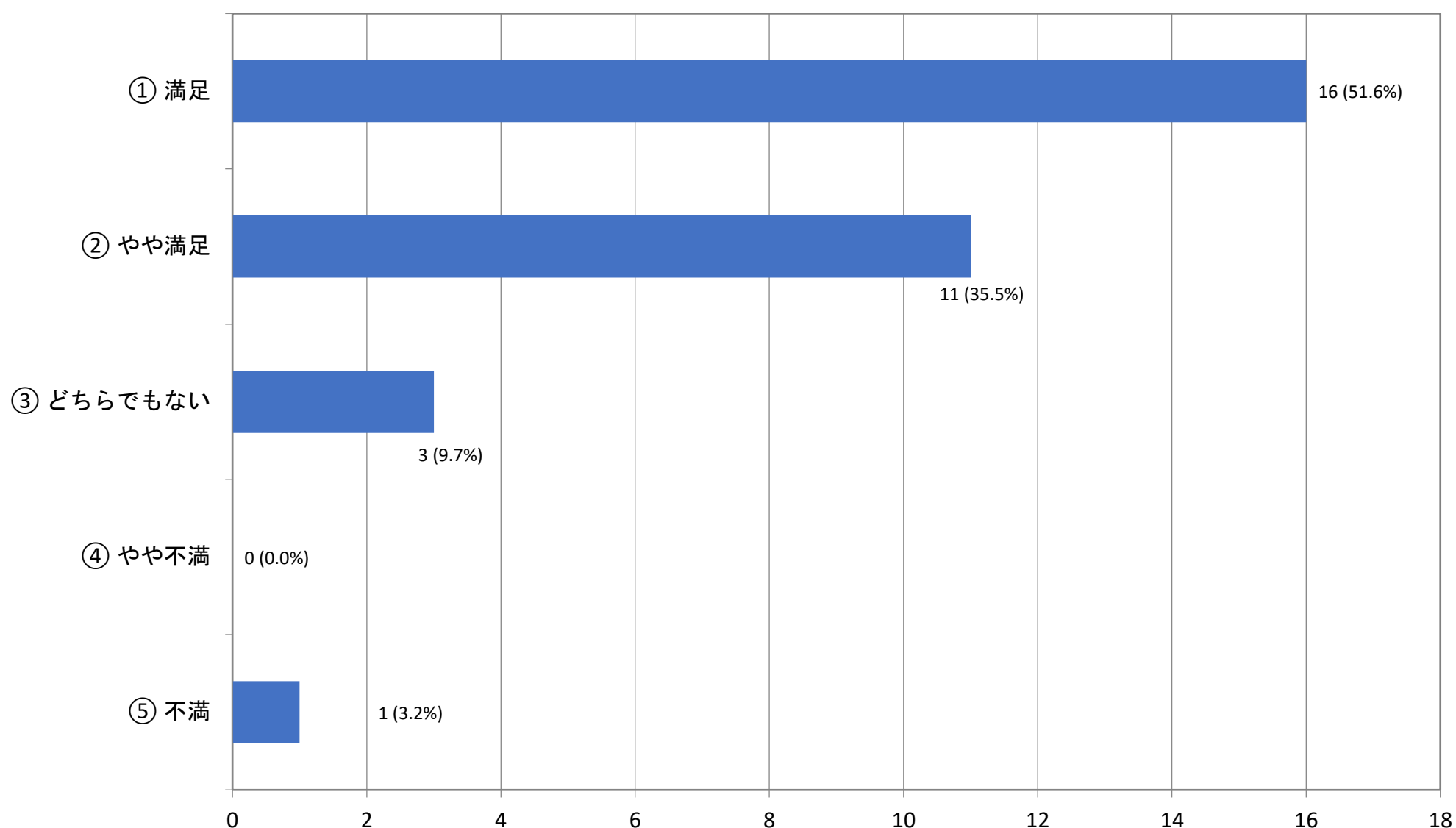
21. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムの専門家支援を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



22. Q21で「①はい」と答えた方に質問します。専門家支援の満足度を教えてください。

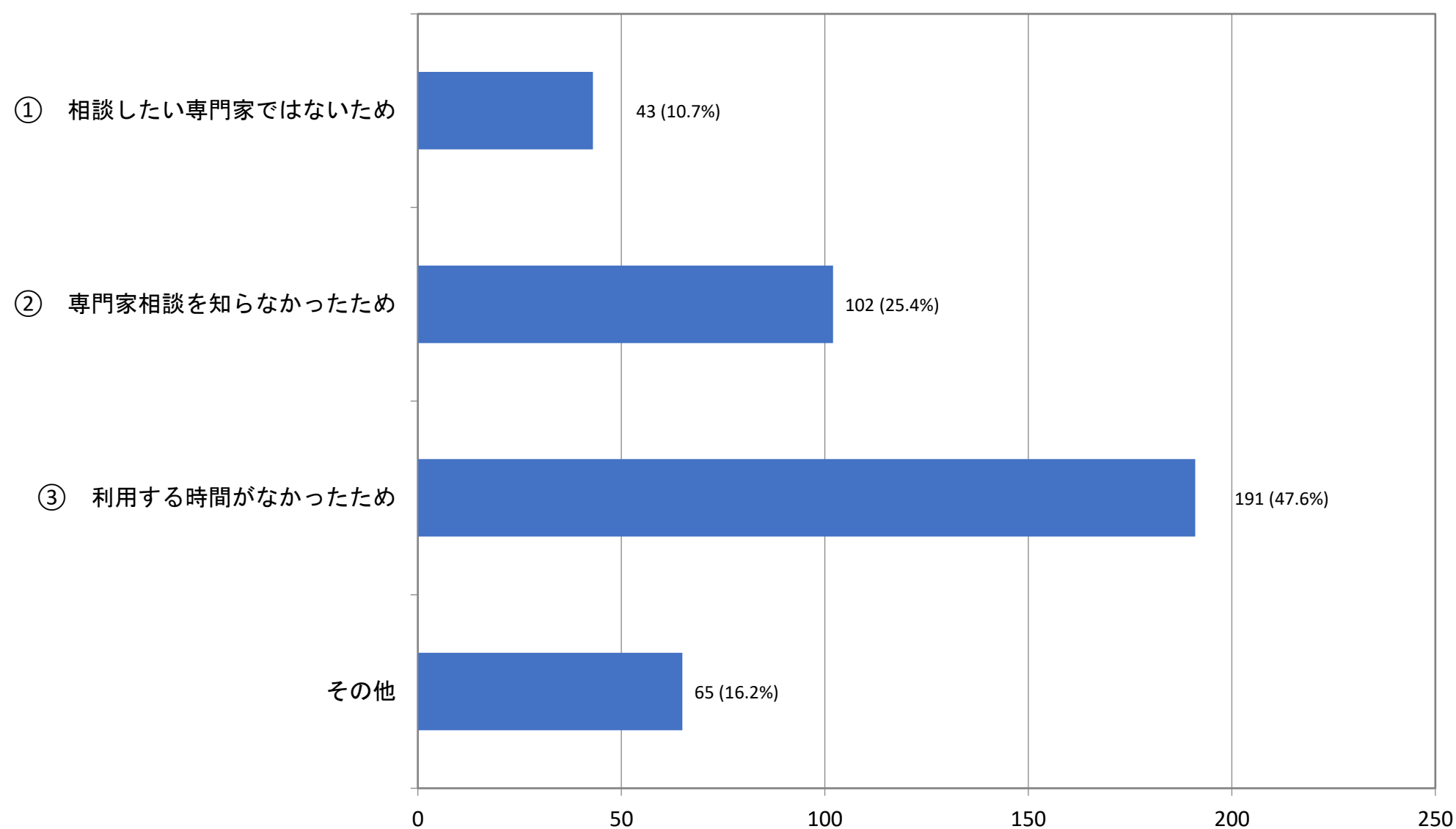
グラフ単位：人



23. Q22で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 専門家支援のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

24. Q21で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



25. 専門家の商談同席についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

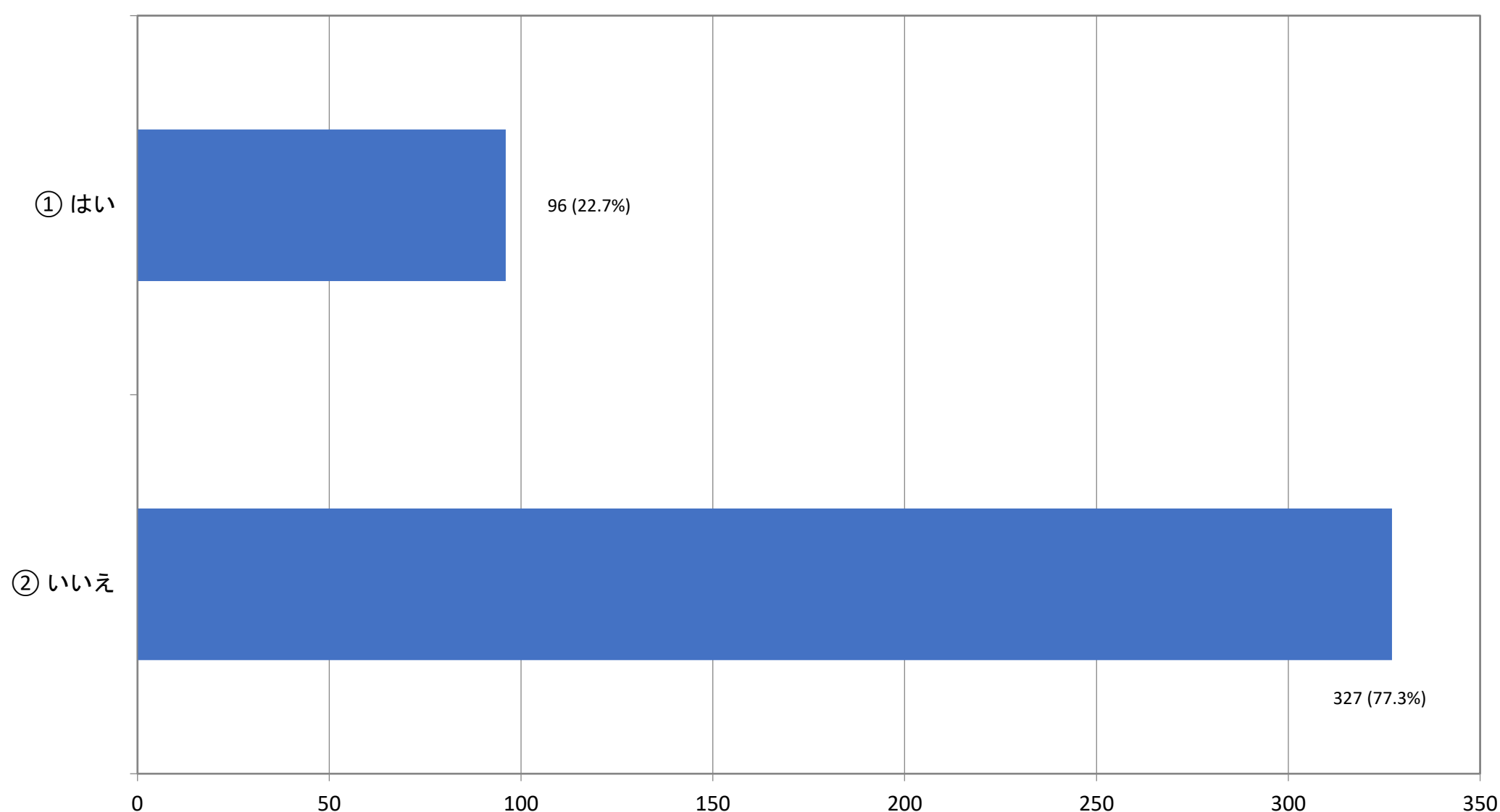
- ・ どの専門家に同席頂けるのか事前に希望できるのか。
- ・ 個店個店で特徴も違うし、個店でアピールするのが魂も入ると思うのでそれがいいと思う。
- ・ 一方的にサポートに就かれた感じではあったが、知見も深く、専門的な知識のフォローをいただけた。ただ商談なので第三者を入れることを嫌っている会社さんもあると聞いた。
- ・ 適切なアドバイスをいただいたことがあった。
- ・ 一度同席いただきたい。
- ・ その国の市況などを熟知されている専門家の方の同席は大変ありがたい。商談の援護をいただける専門家の方の同席は今後も続けてほしい。
- ・ できたら、春～初夏の、仕込みや繁忙期以外の時期にそのような機会があると大変助かる。秋から冬は参加したくても日にちが確保できないことが多くなる。
- ・ ある程度中小規模の酒蔵の輸出に携わった経験があればいいが、商社出身等で他の分野での商談しかしてこなかった人がいれば足を引っ張る存在にしかならないと感じている。
- ・ 大変心強く大きなサポートになる。
- ・ 専門家の立場より司会進行のような方でいいと思う。
- ・ いまだ利用したことがないので、自社商品と自社に関する情報をまとめてから利用したいと考える。
- ・ 助言やアドバイスがあれば同席お願いする。

26. 専門家支援についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 相手先国が欧州、アジア等複数国との取引が進行している場合、弊社のような地方の小さい蔵では対応に窮している。言語、商習慣が異なる各国との輸出業務、商談について総合的なアドバイスいただける専門家がいらっしゃるか。
 - ・ より具体的に、活用方法事例を頂けると嬉しい。
 - ・ 知り得ない情報、知識などを期待する。
 - ・ 日本側の輸出商社さんの同席を増やしてほしい。
 - ・ 第三者からの客観的意見や、スケジュール管理など、とても助かるので利用したい。
 - ・ 専門家支援とは聞こえは良いが、真の支援になっているのだろうか!?
- 日本には世界水準の貿易商社が幾つも有る。その組織の力を借りて「酒輸出のパッケージング」が出来れば不安は無くなると思う。
- ・ 継続をお願いする。
 - ・ 今後も継続していただきたい。
 - ・ マッチング前に事前に専門家とお話がしたい。

27. 国税庁が実施している酒類輸出コーディネーターが企画した商談会等の対面型商談会やオンライン商談会（以下「国税庁商談会」といいます。）に参加したことはありますか。

グラフ単位：人



28. Q27で「①はい」と答えた方に質問します。

国税庁商談会に参加して良かったことや苦労したことがあれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・国内商社とのお取引が増えた。とても効果的だ。
- ・実際の取引には結びつかなかった。相手側のやる気があまり感じられなかった。
- ・日本のお酒ということで、日本酒、焼酎、リキュールなどが対象となっているのが多いが、クラフトビールも入れてほしい。ビールは海外発のもので日本産酒類と言いくかたり、通常すべて海外産の原料でつくっているため特徴が出しにくいし、それについて現地であまり需要がないと判断されていると思う。だが弊社のように自分で日本で麦からつくったもの、自然酵母をつかったものなど、日本のクラフトビールと言えるものも実際には存在するので、酒類で足切りせずにせめてテーブルにはのせてほしいというのが本音だ。
- ・オンラインでの商談で海外の会社さん相手の時に通訳を付けてもらえたので助かった。
- ・実際に成約した例があるため。
- ・自社だけでは出来ない商談会に参加できて大変良い経験になった。
- ・同日に3~4バイヤー様と商談をできたことは良かったが、事前に希望の商品案内などがあるとよろしいかと思う。
- ・自社の強みや自社商品を認知してもらうことができた。

- ・商談のため5ケースの輸出をして、リモートでの試飲会の様子など意見は聞いたが、その後の詳細報告がないため、現地でどう動いているのか販売されているのかわからない。
- ・似たような企画の案内が多くて途中でわからなくなってしまい利用しなくなった。
- ・有効に進められれば、営業先の発掘や商品の売上げにつながり有用な結果となることも多く、そのような場合は参加してよかったと思う。一方、事務局を担当している業者からの情報展開や条件説明の内容・タイミングが適切でないと、事業自体が最初の案内からこちらで想像していたものとかけ離れた内容になっていたり、短納期で商品の用意や現地渡航を求められるなど、参加者側の負荷が増大するケースもあった。
- ・意外と商談出来そうで出来ない国やエリアについてはありがたい。
- ・これから参加する。来年の2月シンガポールで。
- ・言語と商談の時間帯（約20分）が苦勞する。
- ・流れがしっかりしているため、商談しやすかった。
- ・新たな販路のきっかけとなり、ありがたい。
- ・商談は成立しなかったが“輸出”について身近に感じる点が良かった。
- ・オンライン商談に参加したが、手ごたえがあまりなく難しかった印象。
- ・日本に居ながらにして現地インポーター様と直接会談出来てとても良い。ただし、「マッチング商談会」とはいえ蔵元はインポーターの選択（商談したいかしたくないか）が出来ないので、蔵元にも選択権は与えてほしい。（例）日系以外のインポーターを希望→日系のインポーター2社+ローカル社との商談になった。
- ・商談時間の短さ。特に通訳が入ると時間が足りない。通訳が最初から入っていただけると安心してのぞめる。
- ・①何社かと商談できてよかったが、取引が成立しない→商談相手が決定権者ではなく営業担当のことが多い。 ②時間をかけてFCPシートを作成してもマッチング出来ないこともある。 ③企業商品FCPシートは毎回同じものを使えるようにしてほしい。
- ・これまで接点のなかった国との商談が出来た。
- ・オンライン商談では、Teamsを使用するが、Zoomを普段使いなれているため、画面共有に時間がかかり商談時間が削られてしまう。
- ・多数参加されると質問したくても時間がないとか大手ばかりに発言されて、なかなか質問が出来なかった。

29. 国税庁商談会について不安に思っていることや疑問に思っていること等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 商談会後のフォローアップの仕組みもあればより良いと思う。
 - ・ 国によつての、検査基準が、よくわからない。
 - ・ 非常にありがたい支援ではあるが、いつまでご支援が続くのかとの不安もある。
- 今後より良い形に変化していくのか等。
- ・ 申込期限が短い。
 - ・ 商談相手の信用度。
 - ・ 海外商談会については、未経験なため実際に直面しないと分からない部分が多く、商談後も不安。
 - ・ サンプルを持参するのに、何社と商談があるのかを事前に教えてくださる仕組みにはなっていないのは、とても困る。私は現地で商談の会場に地下鉄を利用する予定だが、地下鉄で瓶ビールを1本運ぶのと10本運ぶのは全然違う。またジェトロさんのハンズオンの関係上、ジェトロのパートナーさんに同行してもらうには商談相手先の企業名を記す必要があるが、それも叶わない。この企画そのものには、とても感謝している。日本の地元のように都合も融通も効かない外国なので、もう少しフレキシブルな対応をお願いしたい。
 - ・ 言葉の壁。また、日本ワイン全般の認知、需要不足。→立場が弱くなる。（価格交渉等にも影響）
 - ・ 輸出促進を積極的に推進されているが、まだまだ足元を固めないといけない為、今のところ興味がない。
 - ・ メール等の文面が長く、要領が悪い。
 - ・ サンプルの現地輸送代金が思った以上に高かった。
 - ・ ①サンプル送付の費用は負担してほしい。②オンライン商談会の日程、サンプル送付期限が発表から短納期すぎる。スケジュール調整も必要なため、もう少し時間に余裕があってほしい。③アンケートは手書きではなく、オンラインorメールにファイル添付にしてほしい。
 - ・ ただ輸出を広げていくだけでは、日本酒の真価を損なうため、酒蔵の地力をあげていく必要がある。売れるからと言って安いものを高く売ったりするのではなく、「味を評価されているのに安い」日本国内の構造を打ち破ったあと、味の良さを価値とする輸出先をお願いしないと、一時だけ、その場しのぎで日本酒の世界的価値を下げてしまうと思っている。
 - ・ 自治体、JETRO、農水省、国税庁と色々な主催があり、その都度参加している。
 - ・ なかなか機会がなく参加できないが、是非参加したいと考えている。
 - ・ 日本語しか話せませんし、海外の商習慣も知らないなので国内商社様と親しくなり取引を広げたい。
 - ・ 商談結果のアンケートがくるが、その時点では商談中でその後も返答できず。ほとんどが成約に結びつかず返信ができていない。
 - ・ もう少し酒造の規模別とか、出荷量別で対応していただけるとありがたい。（零細酒蔵としての意見）

30. 商品リストについてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 自社で作成した資料をマイページにアップロードできると助かる。
- ・ 最近は見れていないが、掲載商品数が増えればなと思う。
- ・ 提出するフォーマットの統一。
- ・ 商談者の情報が少ないので、申込みの際判断しにくい場合がある。
- ・ 清酒のみならず、みりんも増やして欲しい。
- ・ 現状は3点のようだが、2点ぐらい多くしても良いのでは？
- ・ 企業登録の部分でしょうか？一度登録を行ったが、エラーで反映できなかった。
- ・ 国によって変更したい。
- ・ 輸出国によりお客様のニーズに合った商品をご提案するため、情報等があれば活用したと思う。
- ・ 一度登録した商品は変更するまで毎回使えるようにしてほしい。
- ・ 良いと思う。
- ・ 海外側がどんなお酒を、何を求めているかを知りたい。それによって商品リスト作成にも反映できるのでは。

31. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムに登録して良かったことや、輸出に繋がった体験談等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 商談件数も取引件数も増えて即新規の輸出に繋がっている。またオンライン商談が増えたため、実際出張経費をかけて面談する前に条件などのすり合わせができるので能率的。
- ・ 何のつながりもないところから輸出始めます、といっても八方塞がりであったところにチャンス을 いただける場を与えてくれたことにとても感謝している。
- ・ 過去にない商流の国（オランダ）が増えた。
- ・ 輸出につながったかどうかは不明であるが、当会傘下の会員に情報提供ができたこと。
- ・ 今まで輸出したことが無い国にもお酒を出せるようになった。
- ・ まだ全然閲覧してないので、時間をかけて読んでいきたいと思う。
- ・ セミナーを通じて、基礎知識や海外情勢について情報入手できたこと。
- ・ 今はとくになし。今後に期待したい。
- ・ 木村咲貴氏の定期的のメールマガが参考になる。
- ・ 商談が組みやすく、スタッフさんの対応もよくスムーズに商談が行えた。
- ・ 輸出に関して前向きになり、取引国が増えた。
- ・ 商談のチャンスをいただけている。

- ・ 現在商談中。2社をお願いしているが、成約できればありがたい。
- ・ 初期段階では登録していることが権威付けとなり、また自信につながった。その後、輸出チャンネルが増えるのと同時に日本産酒類促進コンソーシアムの利用度が減ってきた。反省点だ。
- ・ 特に利用したことがまだないので、今後活用していきたいと思う。
- ・ やはり輸出について学べるセミナーをご用意いただき、手軽に受講できることで知見や意欲が高まったと感じている。メンバー複数人で参加させて頂き、議論するきっかけともなっている。
- ・ 輸出に関する情報を自分から取りに行かなくても提供されるので助かった。
- ・ これからの展開に期待している。
- ・ 色々新しい情報が知れてよい。輸出にはまだ繋がらないが、前向きに検討したい。
- ・ 各社商流やターゲット、制作があり、何かを官庁が企画すると、対応できる企業とできない企業に分かれる。有力企業は自分が使える企業を常に採用と働きかける。結果、官の企画は民間の格差を広げるように作用する。何もしないでほしいというのが弱者の気持ちだ。
- ・ これまでの国々のインポーターや現地の小売店、レストランと直接コミュニケーションが取れてよかった。
- ・ オンライン商談をきっかけに中国向けに自社商品の輸出が決まった事例がある。
- ・ 世界の酒類トレンドについて知ることができたのはよかった。また、海外営業を今後担当していく者に対していい学びの機会となるセミナーに参加できたのはよかった。
- ・ 日本酒輸出に関する情報を得る機会が少ない中、オンラインでセミナーやマッチングが可能であるため、情報収集のハードルが下がったと感じる。実際セミナーを受け、商談用資料を見直し、より分かりやすい資料を作ることができた。その資料を用いた説明会では参加者の方々に高評価をいただき、次回以降の説明会に繋がった。
- ・ 使いにくい。内容が薄い。勉力が無い。
- ・ 今後利用させて頂く。
- ・ 香港のディストリビューターをマッチングいただき、商談の4ヶ月後に契約を締結。ターゲットと考えていた地域への輸出を始めることができた。
- ・ 最近利用させて頂いているため、まだ成果にはつながっていないが、今後期待している。
- ・ 輸出につながった事例なし。
- ・ ZOOMで何回か商談したが、ディストリビューターやインポーターが決まっていなくて無理なようだ。

32. 日本産酒類輸出促進コンソーシアム全体についてご意見等があれば、お聞かせください。
(自由記載)

- ・ 小規模事業者に限定したサービスが欲しい。
- ・ 輸出が忙しくて、時間が足りずにほとんど活用できていない。輸出を始めた初期の頃にこのようなサービスがあったらよかったと思う。また時間の余裕ができたらぜひ活用させていただく。
- ・ 基本的なことだが、どのような活動をされているか、どのようなことができるか知らない。わかれば活用もできると思う。
- ・ ある程度輸出が軌道に乗っているメーカー向けの情報提供を充実していただけたらと思う。
- ・ 引き続き、ご指導の程お願いしたい。
- ・ 輸出実績に繋がっていないが、輸出拡大に向けての機会を設けて頂いてることに非常に感謝している。
- ・ 今後も引き続きお願いしたい。商談後、相談出来る部署があると心強い。
- ・ 動画再生etc. マニュアルを入手したい。見逃したセミナーの動画再生の方法が分からない。

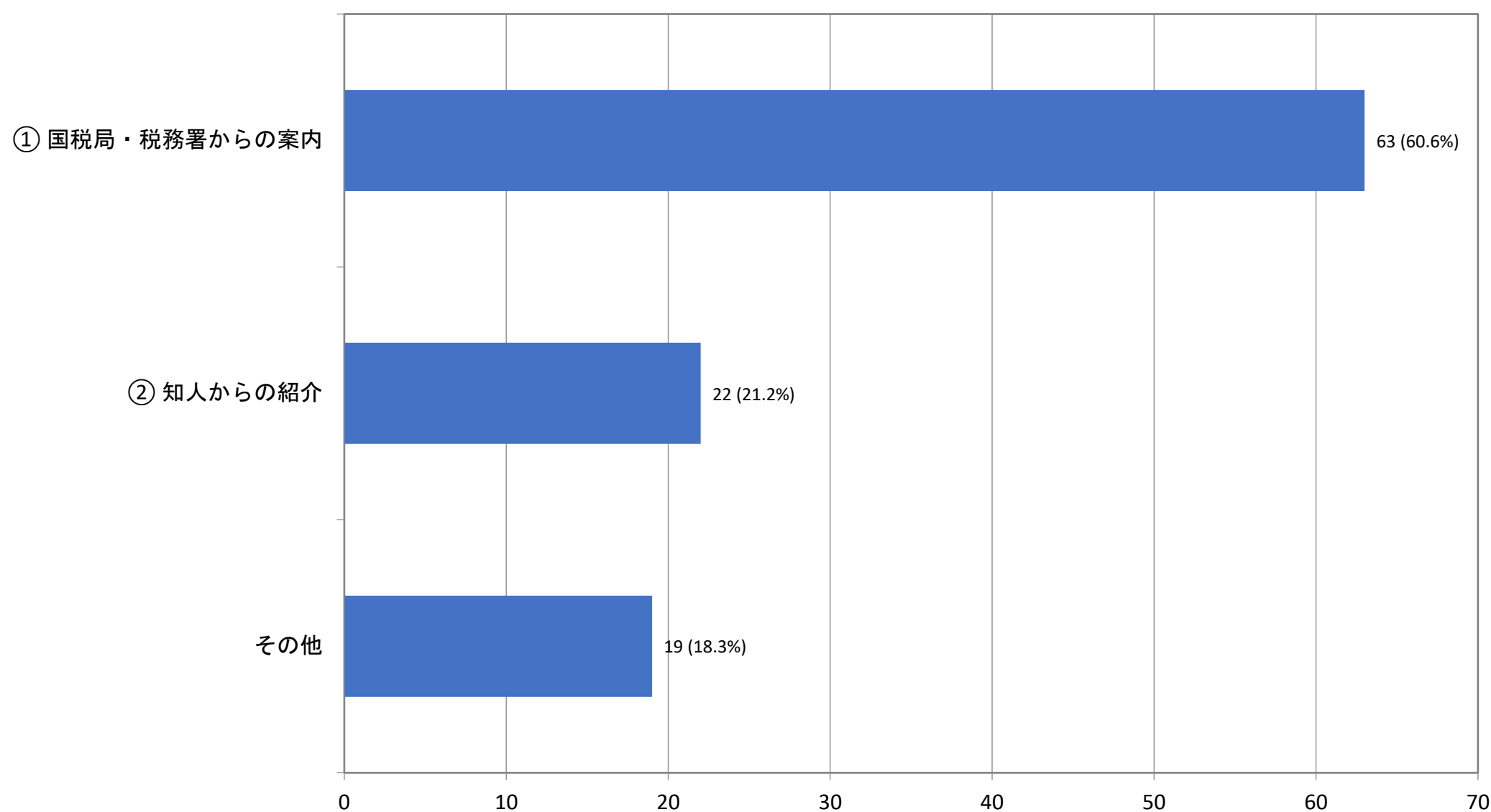
- ・ 専門家は同席してデータベース化するだけでなく、実売までにつながる一貫したスキームを構築し、コンソーシアム全体で共有頂きたい。
- ・ 日本国内市場は急激な縮小によりRED OCEAN化している。弊社では30年近く前からBLUE OCEANである海外市場を開拓し、販売網を作り上げた。官の介入で海外までRED OCEAN化するのはやめて欲しい。
- ・ 輸出は、弊社でも拡げていきたいと考えているので、引き続きさまざまな情報を提供して欲しい。
- ・ 輸出について今年こそ本格的に活動したいが、まず手始めになにをしたらいいのか？をお聞きしたく。
- ・ 引き続き輸出に関する情報を提供していただくと助かる。
- ・ 得意先に言われて登録したように記憶しているが、忙しくて見ている余裕がないというのが、正直なところだ。
- ・ 全体の情報がよく理解できていないので、ぜひ詳しく聞きたい。
- ・ セミナーが豊富で勉強になる。時間が作れず活用しきれてないのが、残念だ。
- ・ 重要なのは専門家ではなく、パートナーだと思う。
- ・ 制度としては概ね好感。国税当局がここまで熱心に輸出振興に加担されるとは思いもよらなかった。
- ・ 今後もサポートをお願いしたい。
- ・ なかなか専属の担当がおらず、現状ではそこまで至っていない。既存の輸出業者との取引で手がいっぱい余裕がない。
- ・ 将来的には輸出出来ればと考えており、足元は時間的余力がないが、コンソーシアムを知っていて損は無いと思う。
- ・ 今後こういったものはメールでください。
- ・ 当社のワインは国の需要のみで生産が手一杯の為輸出することが難しい状況。一方リキュール、主に梅酒は海外での需要も高く、検討したところ主要輸出先となる中国は未だ東北震災での原発問題の為、東京産原料を使用したものの輸入を許可されてない状況。今後当社が輸出を始めるにあたり、この原料問題が最大の課題となっている。
- ・ 人や予算の少ない小さな企業でも気軽に相談できる雰囲気、セミナーがあればよいと思う。
- ・ 今後は、海外販売展開を考えているので、セミナー等の参加や、情報共有をお願いしたい。
- ・ あまり活用が出来ていなかったの、これから情報を登録したり、時々チェックするようにする。
- ・ 民間は忙しいし金もないから、アンケートにしる何にしる十分に対応できない。ご了承のほどお願いしたい。
- ・ 定期的にセミナー等を開催いただき、とても参考になる。
- ・ メールで様々な情報をいただいている。今後ともよろしくお願いしたい。
- ・ 今年から輸出に力を入れていこうと考えているので今後は積極的に利用していきたい。
- ・ アンケート手書きは億劫。全体のパイを広げるという意味では活動には賛成だが、危機感を持っている会社は自前で取り組んでいるのも事実だ。現地ですっかりと販路拡大できる商社、インポーターの成長促進も課題かと思う。サンプル送ってその後・・・という所が多いのも事実だ。
- ・ 今後輸出を増やしていきたいと考えているが、現状は専門のスタッフを置く余裕もなく、輸出について十分な努力が出来ていない。日本ワインの輸出はまだまだ少ないので、清酒やウイスキーとは異なるステージにあり、ワイン輸出に特化したセミナーを企画していただきたい。
- ・ 数合わせのために、あまり弊社に興味がない方とも商談しているのではと思わざるを得ない事が多い。
- ・ システムを理解していない為、利用方法がわからない。
- ・ 全体一斉案内なので仕方ないと思うが、地域を分担するなどして、個別にTEL対応したり、顔が見える（実際は見えないが）フォロー体制があるとよいかと思う。どのような動きをしているのかが見えにくい。
- ・ オンラインセミナーの内容がどんどん濃くなって、為になっている。社内に居ながら視聴できるのはとてもありがたい。輸出において留意すべきことが具体的に知識として得られ、貴重な情報源になっている。
- ・ メールマガジンは是非続けてほしい。
- ・ 地方の小規模な酒造業者は日常の業務が多忙で、新たなビジネスプランがあっても、参加する機会を創出することが難しい。マッチングの機会や、セミナーの開催も有難いが、人的なサポートもあれば、参加してみたいと思う。

- ・輸出については社内の体制を整えてから、取り組みたいと思う。焼酎メーカーなので本格焼酎に特化した案件もご案内いただけると幸いだ。
- ・現地（輸出先）の法規制や慣習など不慣れな事務処理に対応できるよう社員一同勉強させて頂く。
- ・製造量が少ない為なかなかセミナーに参加出来ていない。取引条件の最低ロット数は、ちなみに何ケースからか？
- ・コロナの影響もあり、国内出荷分も現在不足している為、現在お取引国以外増やせない。安定的に出荷する商品が出来たら利用したい。
- ・前任者から引き継いだばかり。今後ともよろしくお願ひしたい。
- ・未だ輸出に対応する余力はないが、今後の課題としてウォッチしている。
- ・登録されている卸業者さんがいつも変わらず、新しい話が見つげにくいいため、より多くの卸業者さんに参入いただければと思う。
- ・今は余裕がないが、生産体制を整えれば、輸出を積極的に行いたいと思っている（2023年秋と夏）。
- ・人員不足のため、日々の業務をこなすのが精一杯な所が現状。小規模のクラフトビール（小ロット）での輸出（コスト高）でも需要があるものか？お互いにどの規模感であれば商売として成り立つものか。例えば、日本産クラフトビールイベントを海外で企画していただき各メーカー少量でも出品出来て、各国の熱量等感じられると取り組みやすいのでは。
- ・今後も酒造メーカーにとって有益かつ勉強になる情報を載せていただけると有難い。
- ・あまり利用できていないのが現状。
- ・大手や資本力のある酒蔵はすぐ決まり、輸出量を増やしているが、弊社のような零細企業はやる気があってもできないのが実状。生き残りをかけた酒造に、ディストリビューターへの取次や支援などよろしくお願ひしたい。
- ・ウェブサイトが変わっただろうか。見られなくなってしまった。
- ・日常業務に追われて貴コンソーシアムを利用する余裕がない。少し落ち着いたら、セミナー動画視聴から入っていきたいと思う。

② 卸売事業者

1. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムをどこで知りましたか。

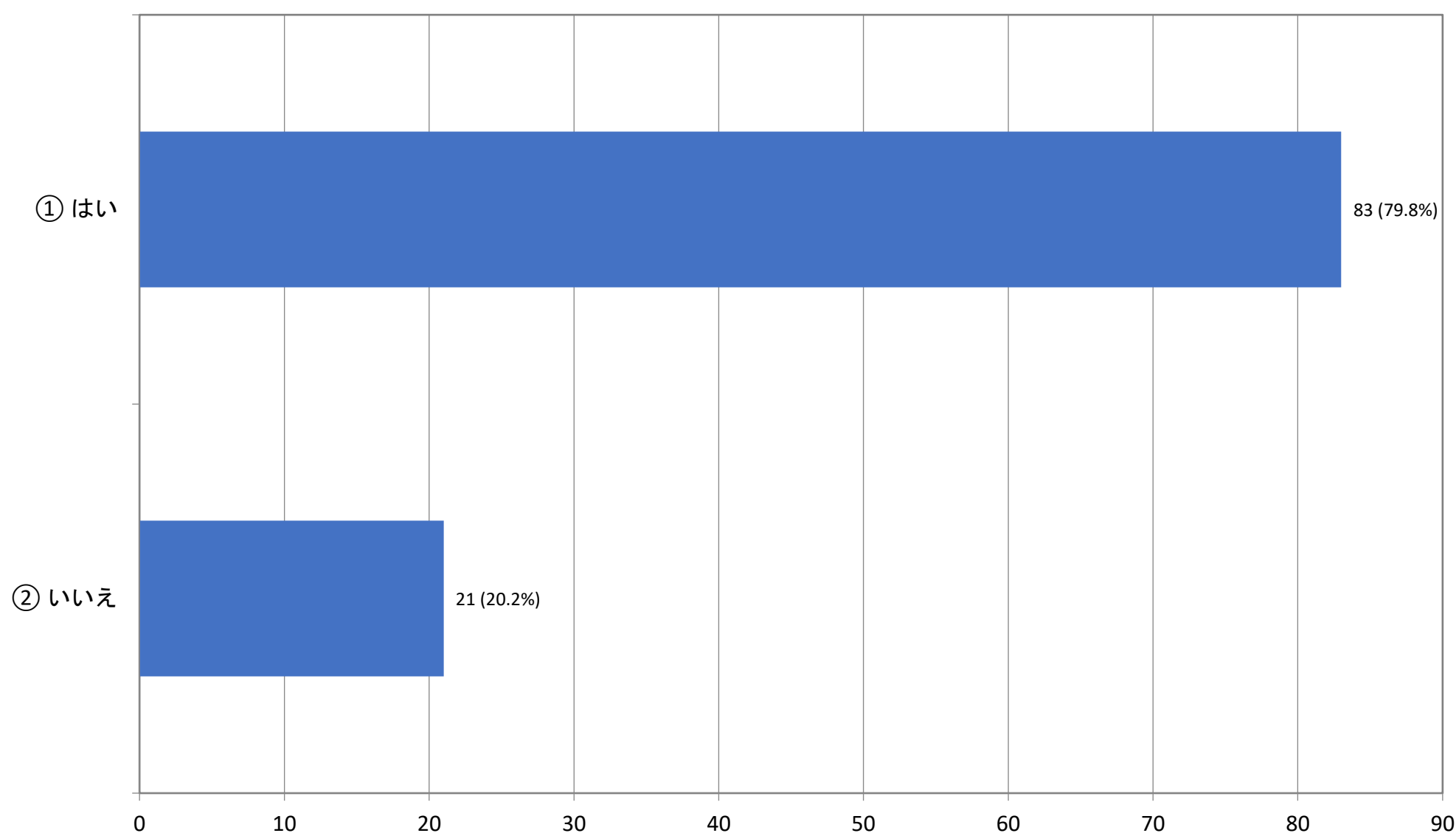
グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：インターネット、組合、国税局HP、農林水産省、JETRO、等。

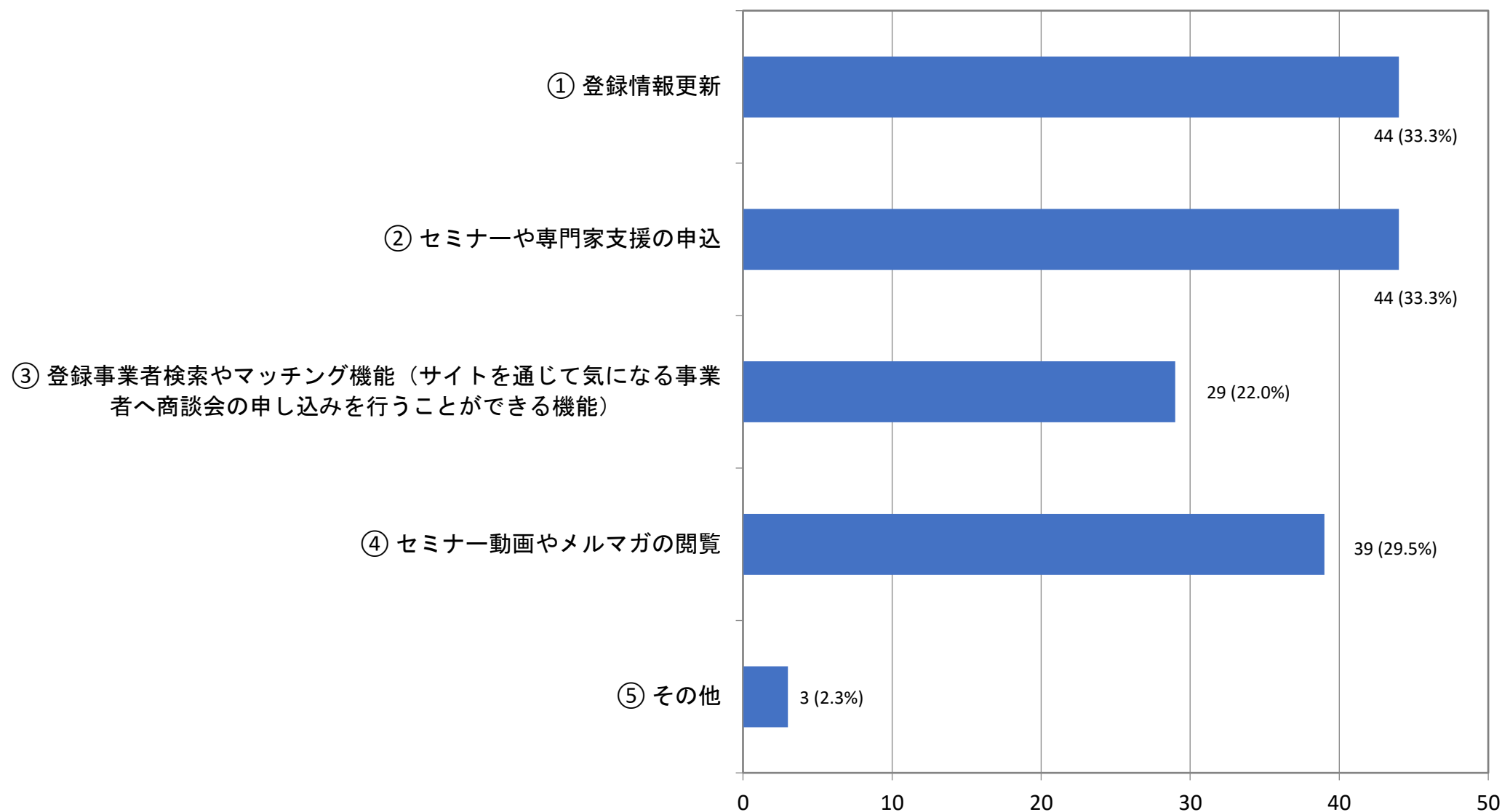
2. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのウェブサイトを利用したことはありますか。

グラフ単位：人



3. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。利用した機能を教えてください。
 (複数回答可)

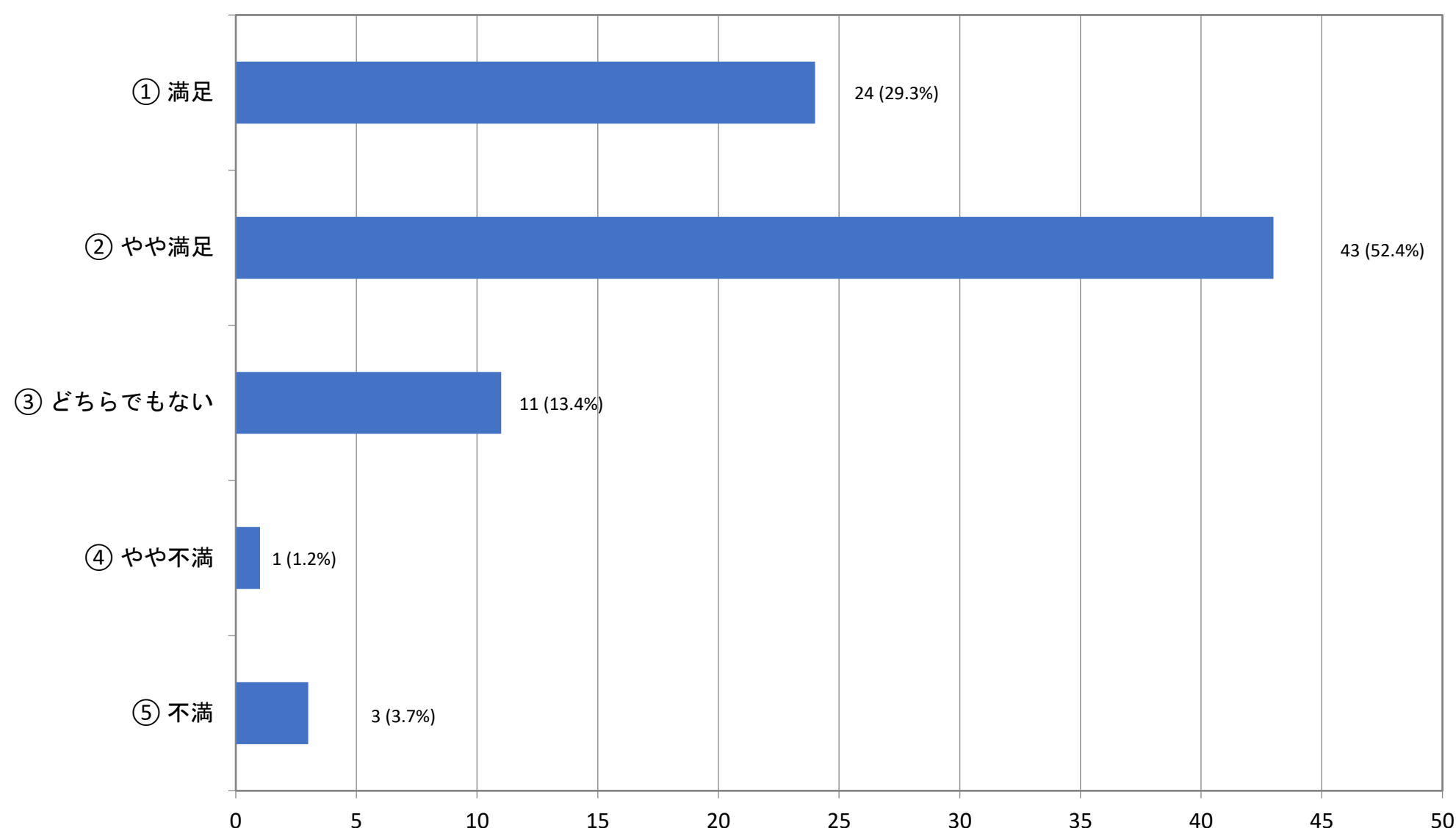
グラフ単位：人



「その他」記述回答：セミナー講演者として、生産者検索、等。

4. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。ウェブサイトの満足度を教えてください。

グラフ単位：人

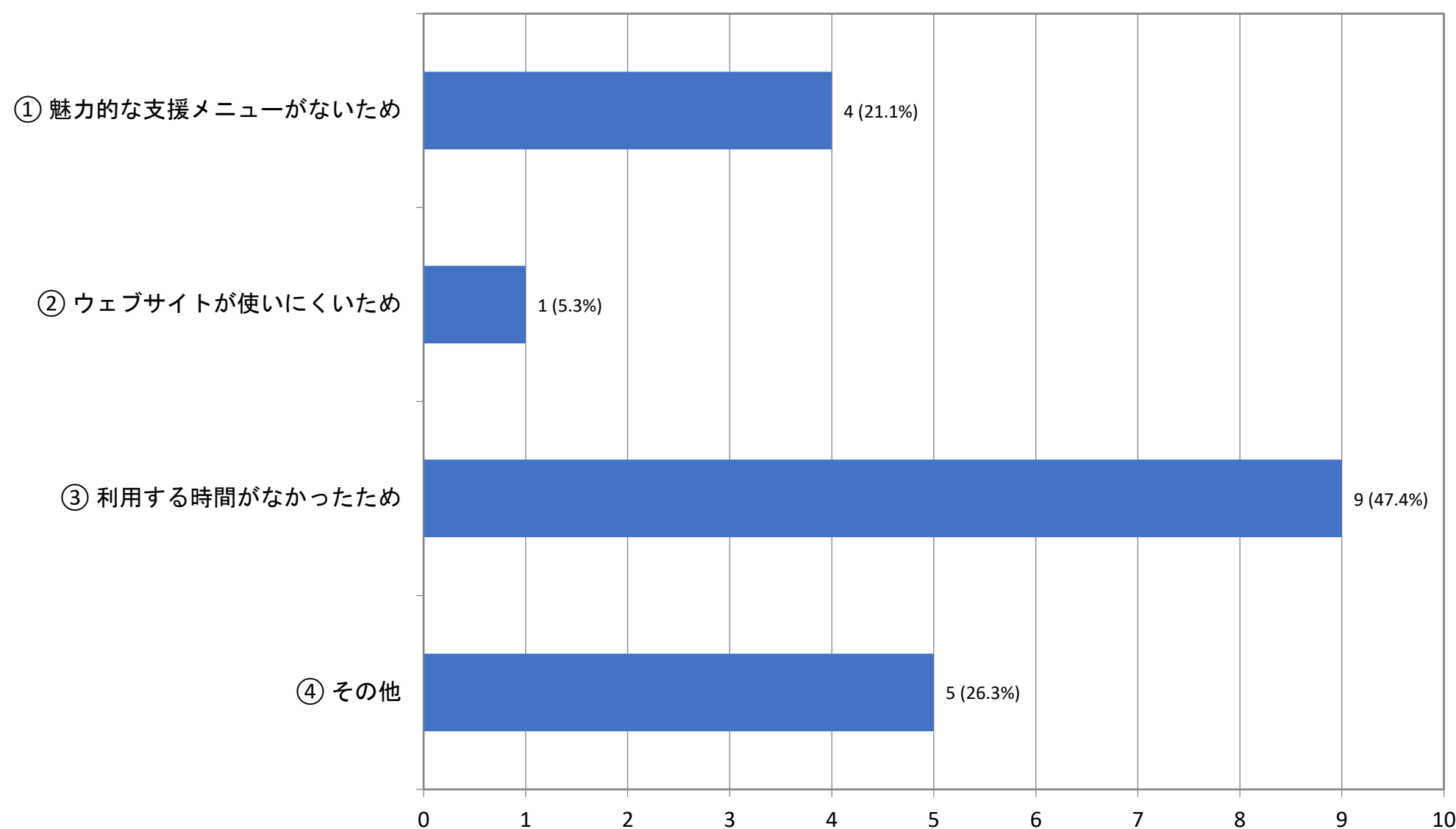


5. Q4で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。ウェブサイトのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・判りづらい。セミナー受付に行き着けない。
- ・メールが配信されてくるが、そこで紹介されたものを見るときに改めてウェブサイトに入らなければならないのが面倒。
- ・登録事業者検索が不便（卸業者を都道府県で検索できない）。登録内容を定期的に更新する仕組みがあった方がよい。輸出国を選択する箇所があるが、基本的には海外展開先は社外秘情報である為、非公開設定ができるようにしてほしい。
- ・県毎だけしか出ない。

6. Q2で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



「その他」記述回答：輸出事業未着手、業務外、よくわかっていない、等。

7. マイページに掲載の ” 酒類輸出をはじめのための商談ノウハウ動画 ” についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

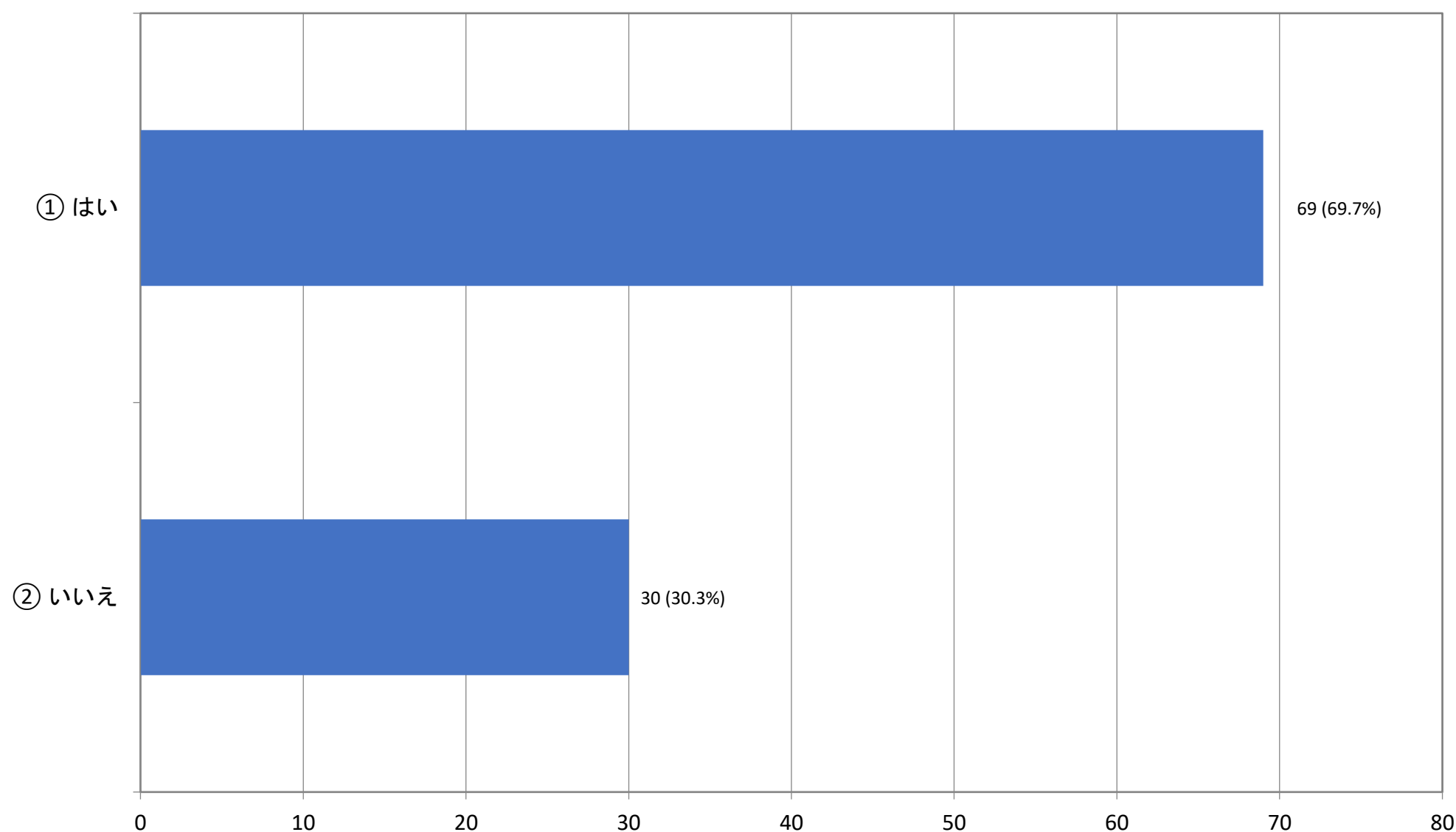
- ・ 国によって輸出先酒類保有免許業者が特定されてしまう場合が多く、新規の販路創出及び現地の商品コンディション管理状況把握等輸出業者としてアクションが起こせないケースがある。例えば、現地でパートナーとなる日本企業の酒類販売免許取得のノウハウをご教授いただいたり、そのサポートについて示していただける動画等があると非常にありがたい。
- ・ “酒類輸出をはじめのための商談ノウハウ動画” ですが、こちらを閲覧したことはない。もう既に輸出事業を何年も行っているので大丈夫。今後の課題は、ポストコロナで輸出先の制限等がなくなってからの、現地での営業活動再開が大きな課題となる。特に弊社はポストコロナで中国が主な輸出先なので現地バイヤーと、ひざを突き合わせ、食事を交わし、商談することが、やはりもういい加減必要かなと思っている。もうかれこれ3年お会いしていない方がほとんどとなるので、いい加減お会いしたい気持ちが双方にある。リモートでは通じない、対面での再会、非常に重要な課題だと思う。
- ・ 見たことがない。
- ・ その動画がどこに掲載されているかわからなかった。
- ・ 基本的なところからだが、当社として商社機能を持つこと自体が初年度にもあたったので、色々な基礎面の講習内容として参考になった。
- ・ 当社では海外向けマーケティング、商談の対応など非常に参考となっている。
- ・ 見ていないので、答えられない。

8. ウェブサイト全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 製造業者様の検索が以前よりやり易くなり使用している。
- ・ 各種セミナーやマッチング申込み方法がすこし分かりにくい。
- ・ 国毎・カテゴリー毎専門家のお話がうかがえて参考になる。該当資料のデータベースでの供給がいただけるとよりありがたい。
- ・ どのように利用したらよいか、まだ、手探り。
- ・ お知らせ欄のINFOの仕方が少し分かりづらい気がする。酒蔵・業者一覧だが、もう少し情報を1行にまとめて、一気に多くの確認が出来るようにしてほしい。もしくはCSVに落とせるようにしてほしい。またセミナー申し込み後、セミナー視聴ZOOMアドレスに関しては出来たら前日に送付頂けると助かる。
- ・ 新着の案内が分かりづらい。
- ・ 現状で満足。
- ・ スクロールをものすごくしないといけない点等、全体的に使いにくいと思う。
- ・ 少し見にくい為、カテゴリーなどから必要な情報を閲覧できるようにして頂けるとありがたい。
- ・ マッチングの申込がもう少し分かり易いと良いかもしれない。
- ・ マイページへの飛び方がわからない。ログインしたときのみマイページにアクセスできるが、他のページからタブなくアクセスできない。
- ・ 輸出に関するセミナー、メールマガジンで配信される情報は非常に参考になる。
- ・ いつも見やすく、使いやすい。
- ・ システムの作り方が悪い。

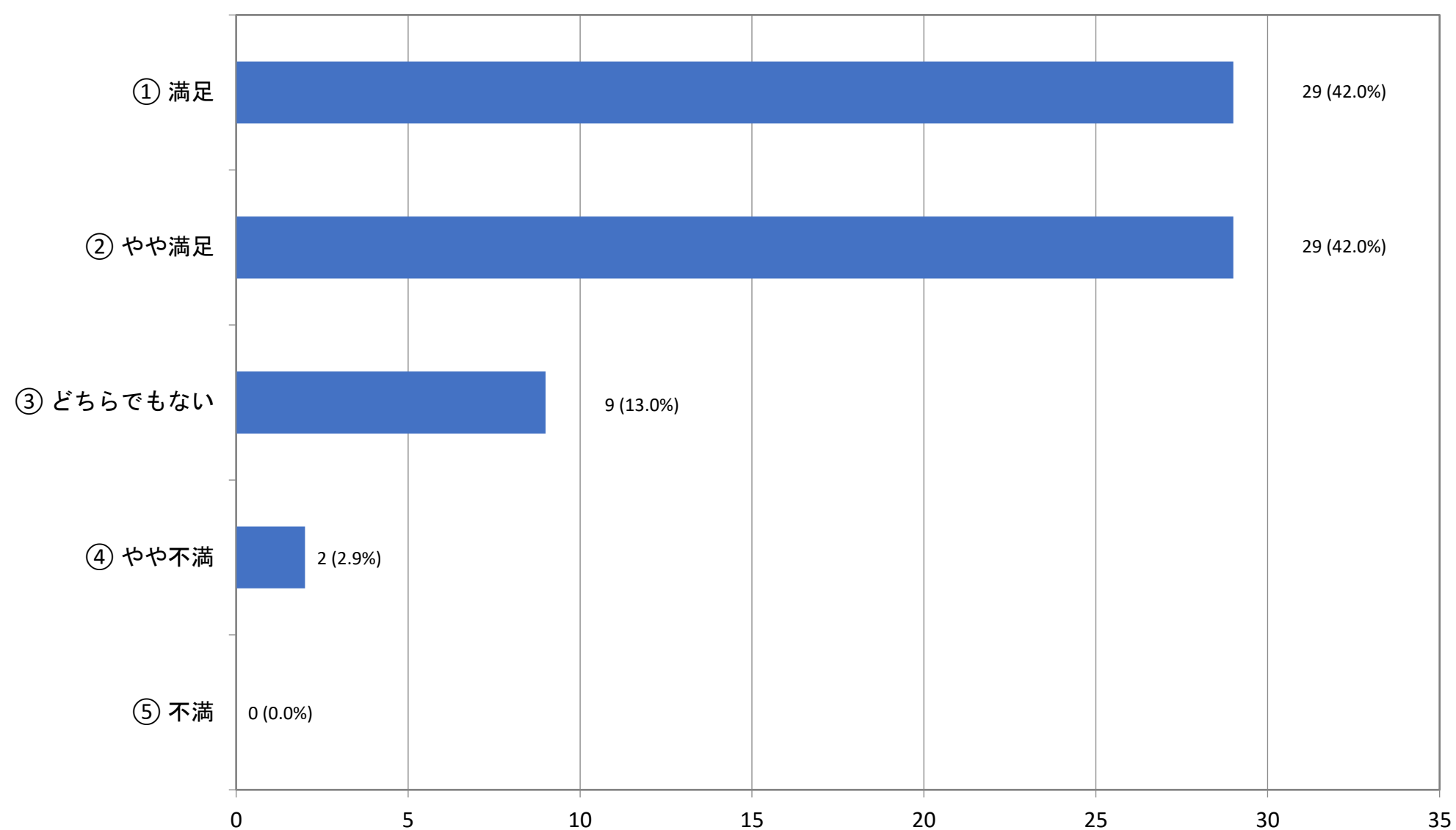
9. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのセミナーを視聴したことはありますか。

グラフ単位：人



10. Q9で「①はい」と答えた方に質問します。セミナーの満足度を教えてください。

グラフ単位：人

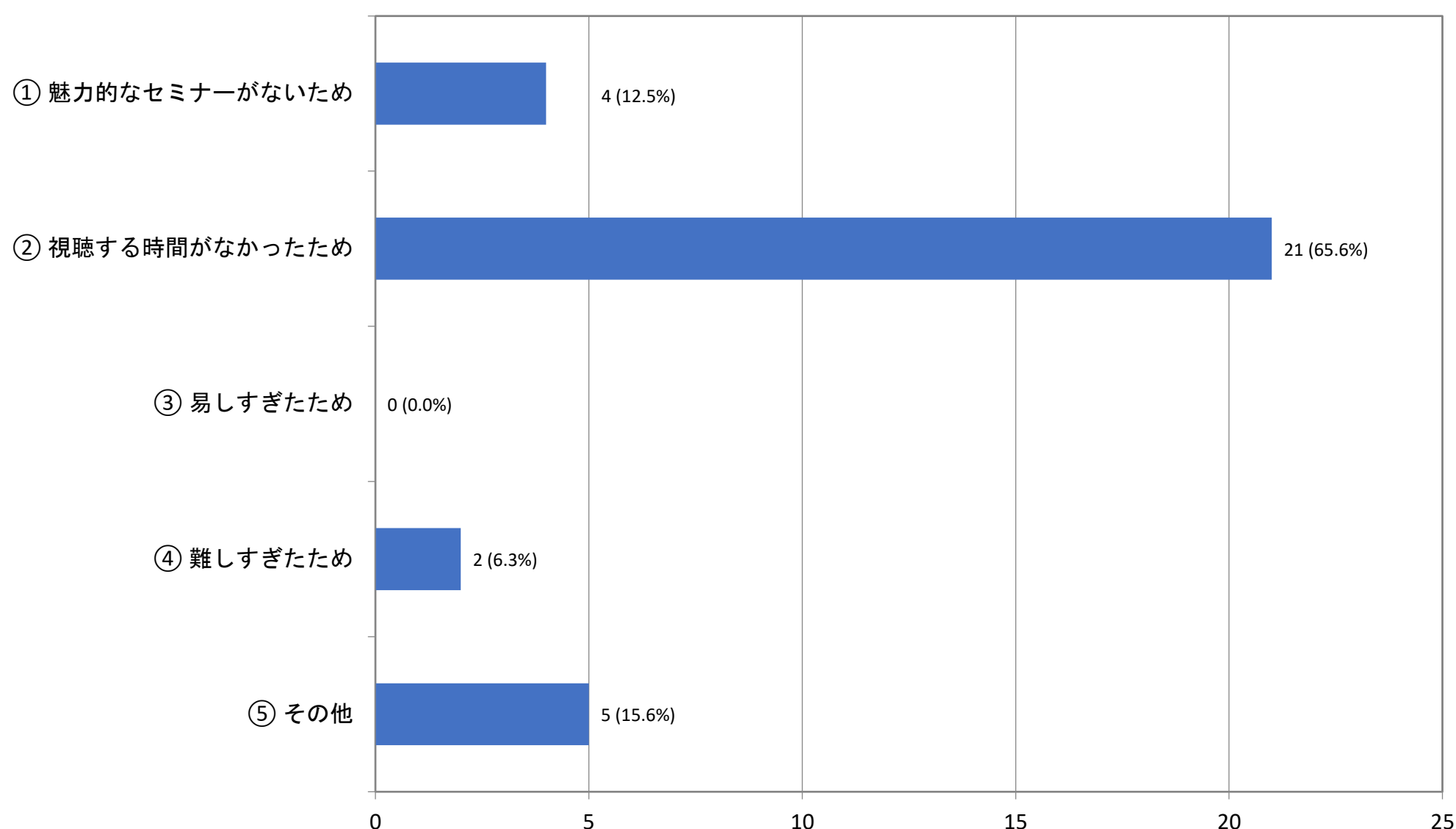


11. Q10で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 セミナーのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・発表されている方の知識不足。

12. Q9で「②いいえ」と答えた方に質問します。視聴されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



「その他」記述回答：輸出業務未着手、小売店の為関係ないと思った、今後視聴したい、等。

13. 特に参考になったセミナーがあれば教えてください。（自由記載）

- ・ベトナムに関するセミナーは役にたった。
- ・洋酒類の海外ニーズと輸出動向について。
- ・オーストラリア向け輸出セミナーが勉強になった。
- ・実際の海外インポーターの取り組み。
- ・米国セミナー。
- ・アジア地域商談会向けオンラインセミナー。
- ・中国輸出。
- ・各国の状況や輸出統計など。
- ・基本的なセミナーはすべて視聴しているので、どれがということはない。但し実際こうして販売したとか、このような仕組みで販売したなどの実例がわかりやすくてよいと思う。
- ・全般的に。

14. 希望するセミナーのテーマがあれば教えてください。（自由記載）

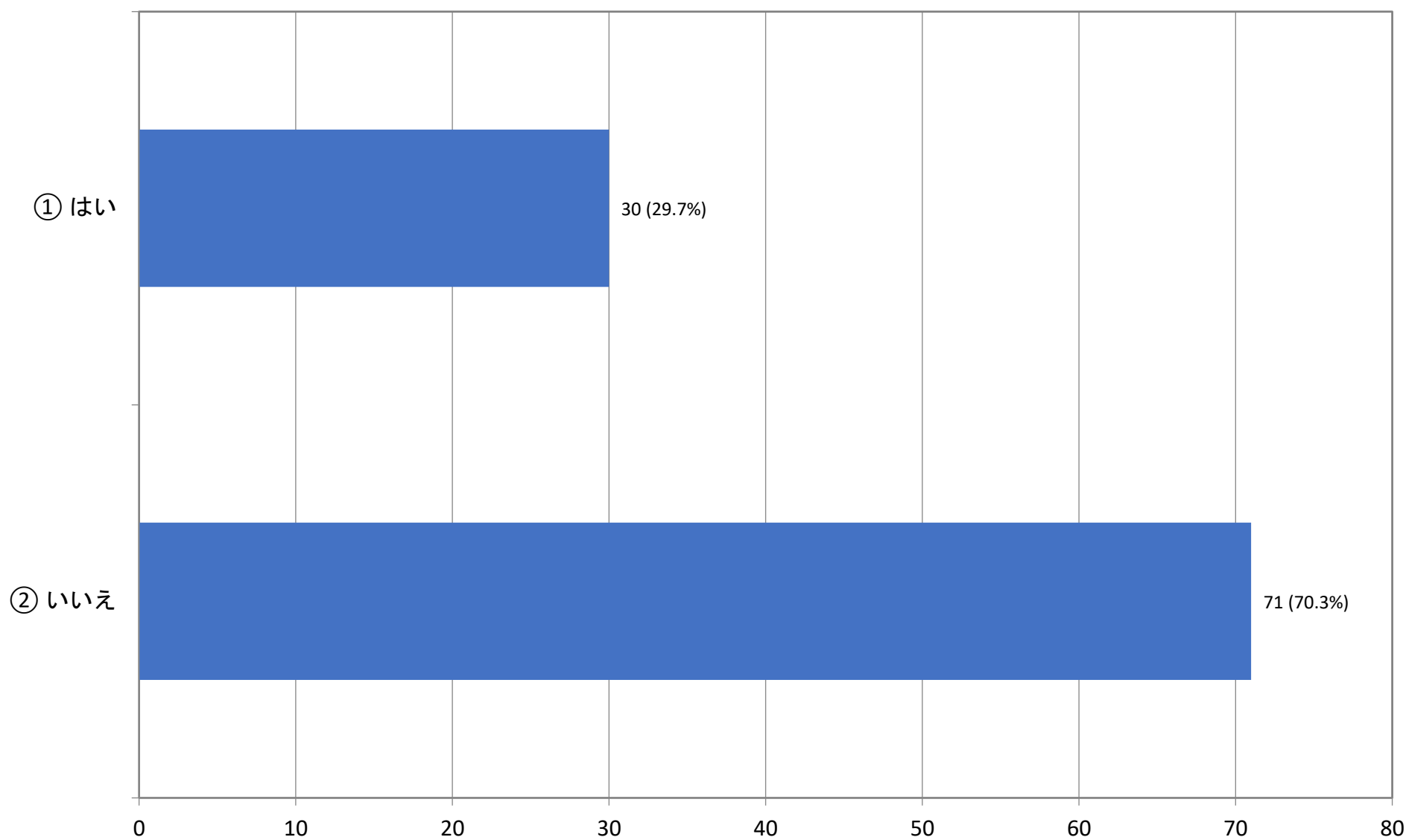
- ・ 弊社は自社HPにて海外に向けた酒類小売業を行っている。
- 私が参加したセミナーは全てバイヤー向けのセミナーで弊社にはあまり参考にはならなかった。販売を始めて7カ月になるが、小売業の難しさを実感している。
- 1～2回／年ぐらいでかまわないので、小売業向けのセミナーを行っていただけたら有難い。
- 例) 実際に酒類小売業で成功した方のお話を聞きたい(集客に効果があったやり方 等)。
- ・ 中国ECにおける酒類販売の現状とEC利用者の酒類消費実態。
- ・ 各国の酒類販売免許保有者の現況と、日本企業またはそのグループ企業の新規の酒類販売免許取得の可能性について。
- ・ 現地での商談会希望。
- ・ 輸出物流コストの内訳。
- ・ 当社としてアジア地域でもASEAN諸国をターゲットにしている為、ASEAN地域にフォーカスした内容のセミナーもお願いしたいと思う。
- ・ 中国、ベトナム輸出。
- ・ 日本酒輸出に際し、成功・失敗事例があると理解が深まる。また販路開拓方法について教えていただくと有難い。
- ・ 中国、インドの日本酒市場の状況が知りたい。
- ・ EU圏の日本酒事情。
- ・ 輸出実務、営業、成功例。
- ・ 現地レストランやバーなどEnd userの意見がhearingできる。
- ・ 中国への輸出や輸入通関の現状：①2022年からはじまったSingle window制度。②10都県の陸路を通過した貨物や東京港から出港したものが放射能を浴びた貨物として輸入できなくなった事情など。

15. セミナー全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 現地のディストリビューターの情報会。
- ・ 海外現地での商品の具体的な売られ方（特に業務用料飲店様向け）についてのセミナーがあるとより情報収集ができる。
- ・ マーケット情報等の提供はありがたいのだが、講師の方がどれだけマーケット調査をされた上で発表されているのか、主観に偏っているのではないか、と思うこともある。テーマについてはもう少し実務面に踏み込んだ内容を期待。輸出貿易実務、各国の輸入規制・必要な証明書やその取得方法について、ラベルに関する規制、FDA対応、味や製造に関する英語表現等。

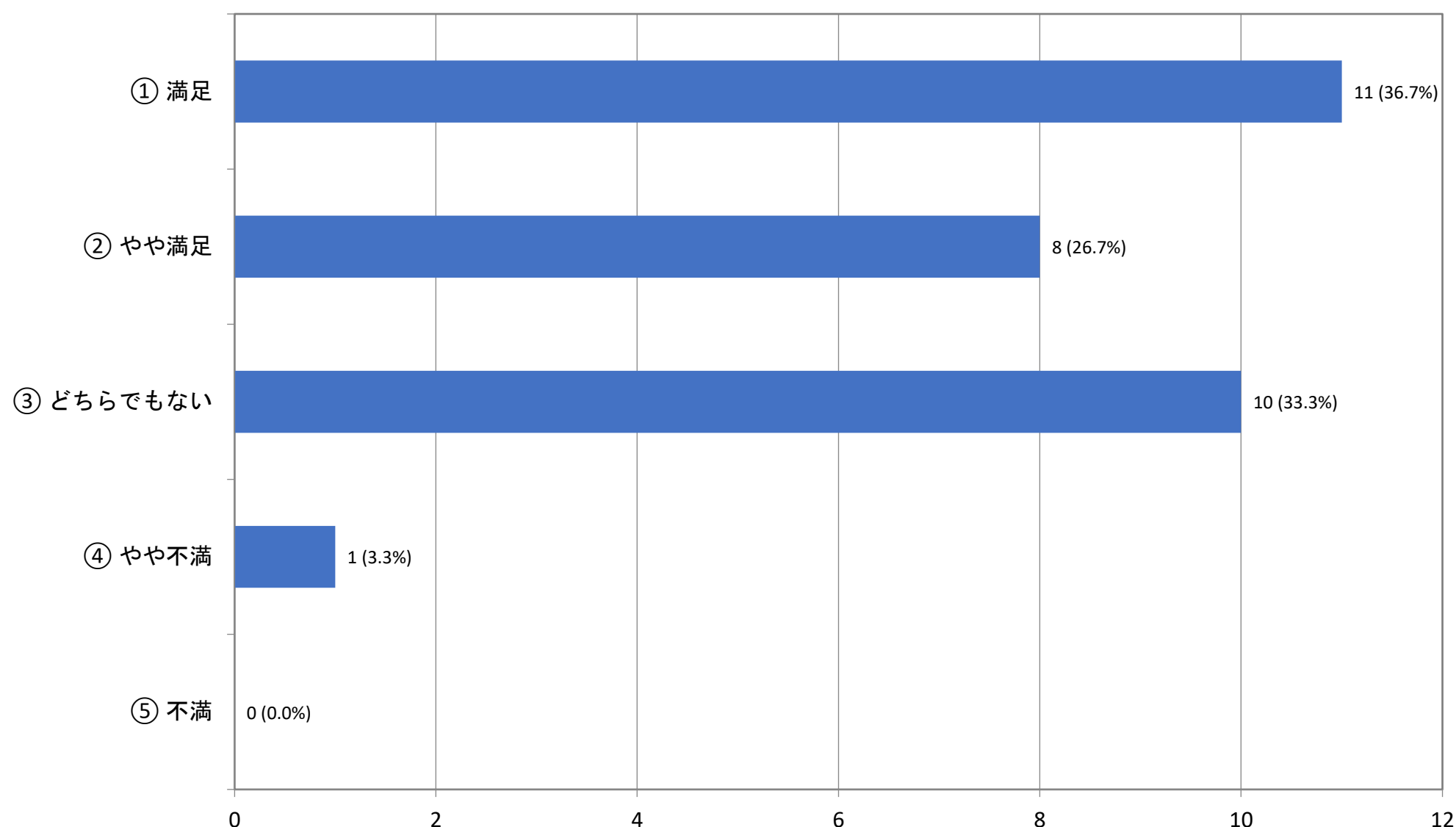
16. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのサイトからマッチング機能（サイトを通じて気になる登録事業者へ商談会の申し込みを行うことができる機能）を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



17. Q16で「①はい」と答えた方に質問します。マッチング機能の満足度を教えてください。

グラフ単位：人

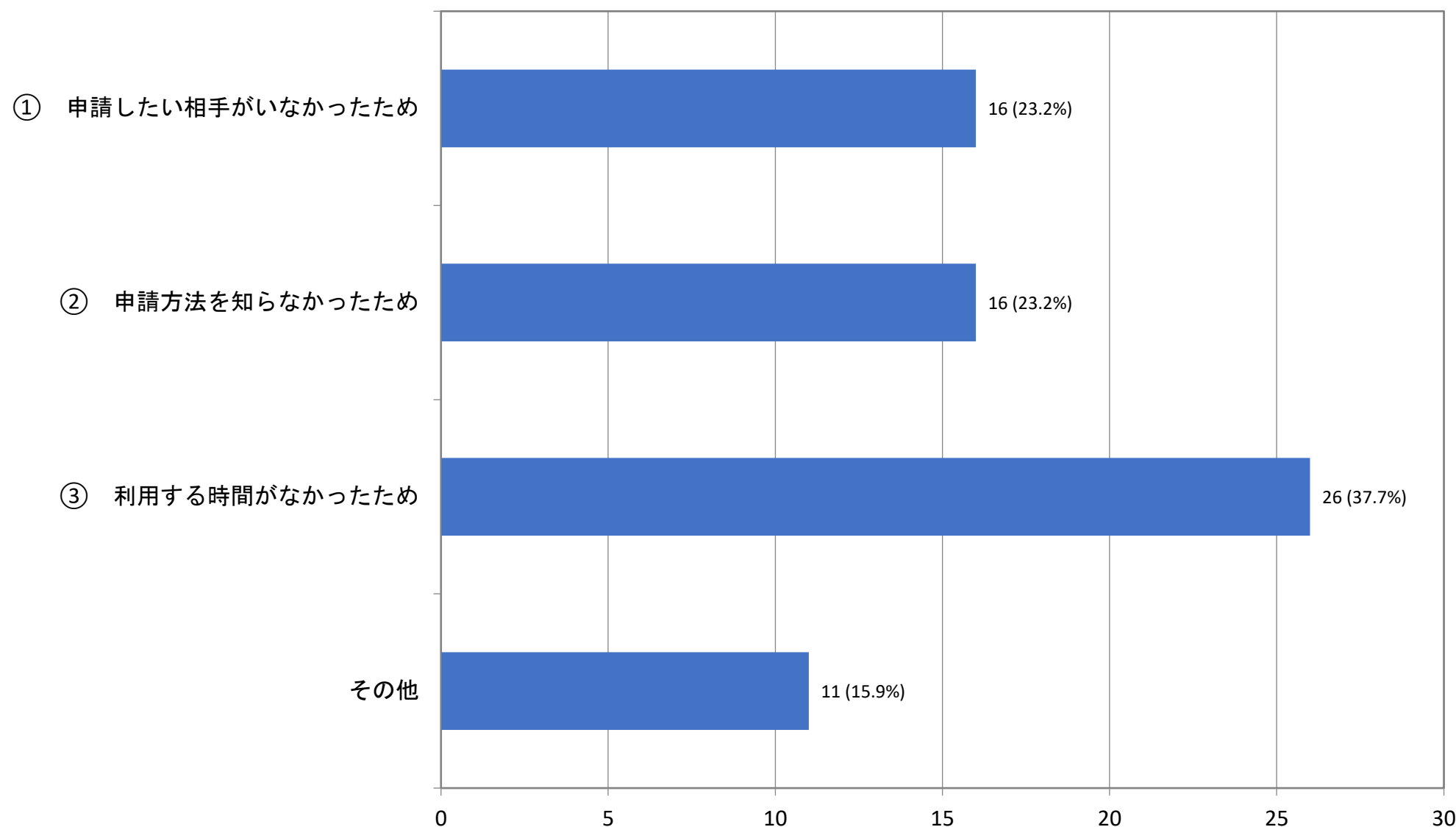


18. Q17で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 マッチング機能のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・商談成立に至らなかったのと事務局のフォローは初回以外にもぜひ定期的をお願いしたい。

19. Q16で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



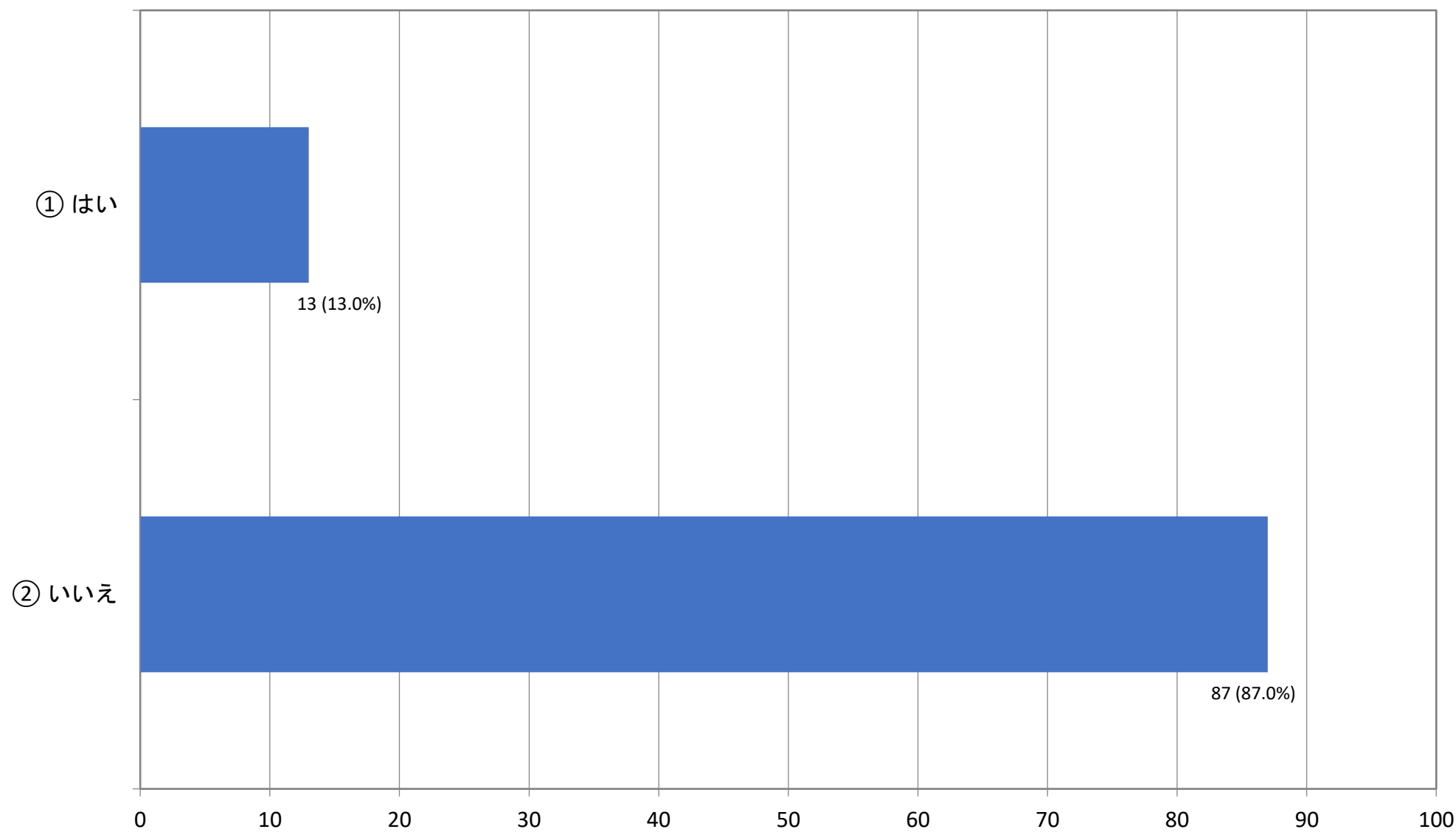
主な「その他」記述回答：輸出に未着手、事業が安定してから、自身で可能、今後利用、等。

20. マッチング機能についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ マッチング依頼をした先の製造者様が日本の卸には売らず、海外のユーザーに直接販売する事をカンパニーポリシーとしているといわれる事が辛い。
- このサイト上では製造者・組合・卸しかいないので、その辺り「卸には売らない」と事前にマッチング上に分かるとありがたい。
- ・ マッチング機能への入り方をTOPページに判りやすく記載してほしい。
- ・ 2社間でマッチングを実施いただいたので、非常に有意義。
- ただ、希望輸出先（国）の制限が多くある蔵元様・業者様が対象となる場合があるので、予め現行制限を設けていらっしゃる蔵元様をピックアップいただけるとより有効なマッチングが適うと考える。
- ・ そのような機会があれば、電話でもお声掛けいただきたい。ネットでの開示だと、アピール（宣伝）が弱く、忙しいと流しがちになっているので。
- ・ 機会があれば活用したい。
- ・ マッチング機能の希望商談先と実際に商談出来た先が違った。
- ・ どこから利用できるのか分からなかったのもっと見やすくなると嬉しい。
- ・ 大きな企業どうしの商談会で、参加することが難しい。
- ・ アジア、東南アジアとのマッチングについて、今後参加したいと思う。
- ・ 海外バイヤーから沢山相談がくる仕組みが欲しい。

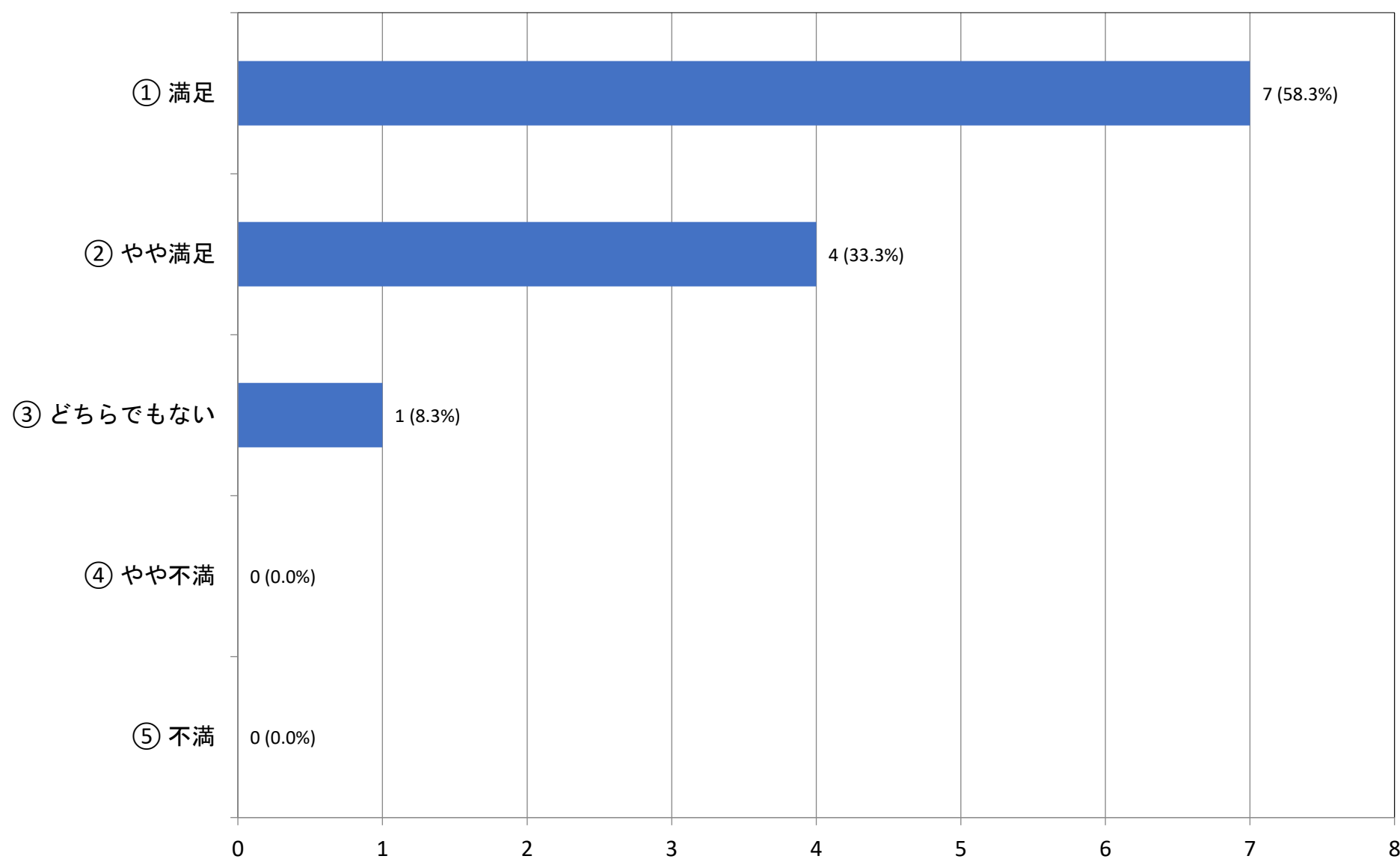
21. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムの専門家支援を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



22. Q21で「①はい」と答えたに質問します。専門家支援の満足度を教えてください。

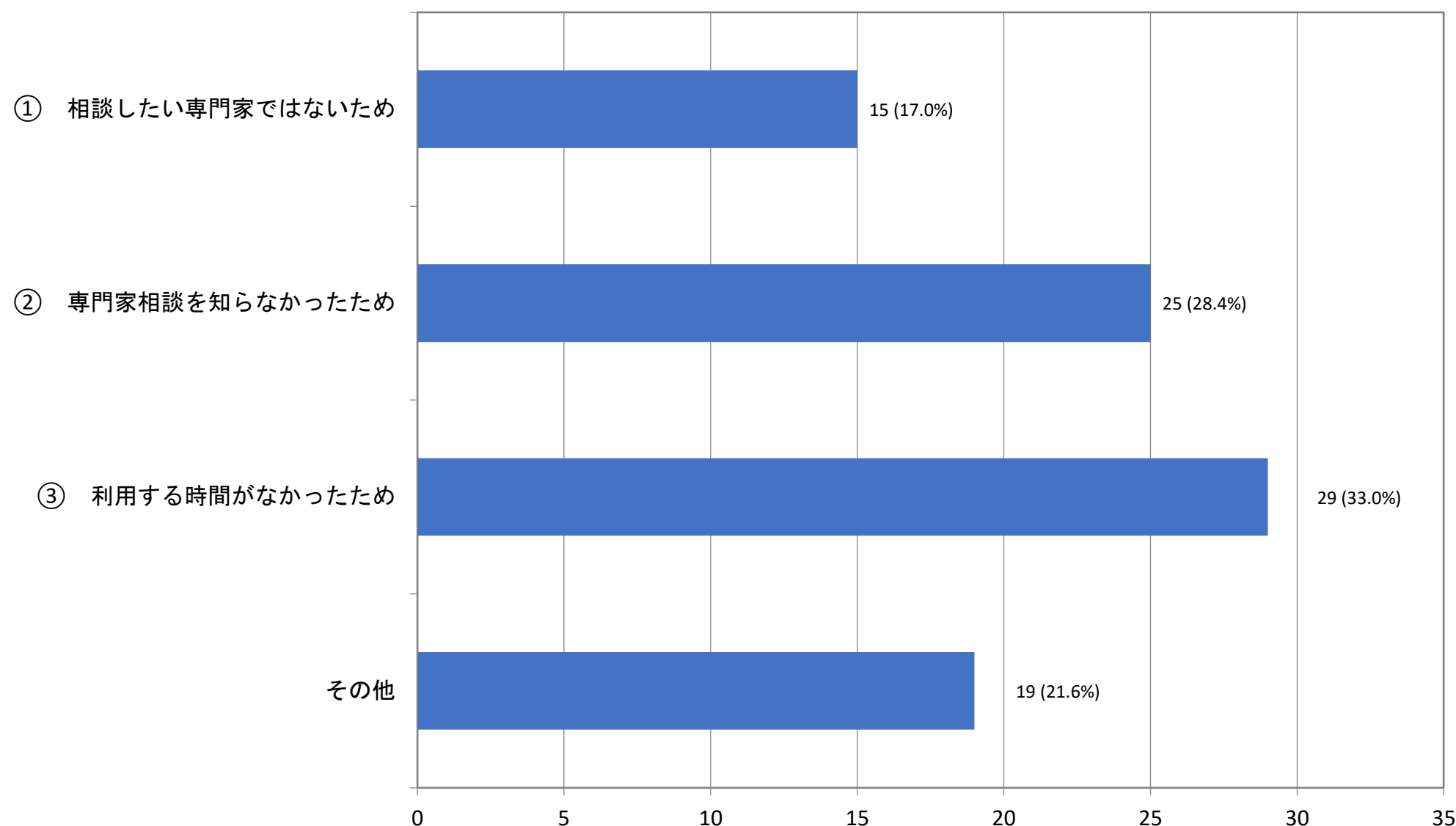
グラフ単位：人



23. Q22で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 専門家支援のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

24. Q21で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：必要でなかった、必要に応じて利用したい、業務外、等。

25. 専門家の商談同席についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 同席して下さる事でアフターフォローが受けやすい。
- ・ 酒類輸出入免許取得方法について同席いただいたが、実務に関してまでは対応いただけないので若干アドバイザー的な立ち位置でのご同席にとどまった。

Webでの同席が通信状況の不備で明確に会話できなかった点が残念。

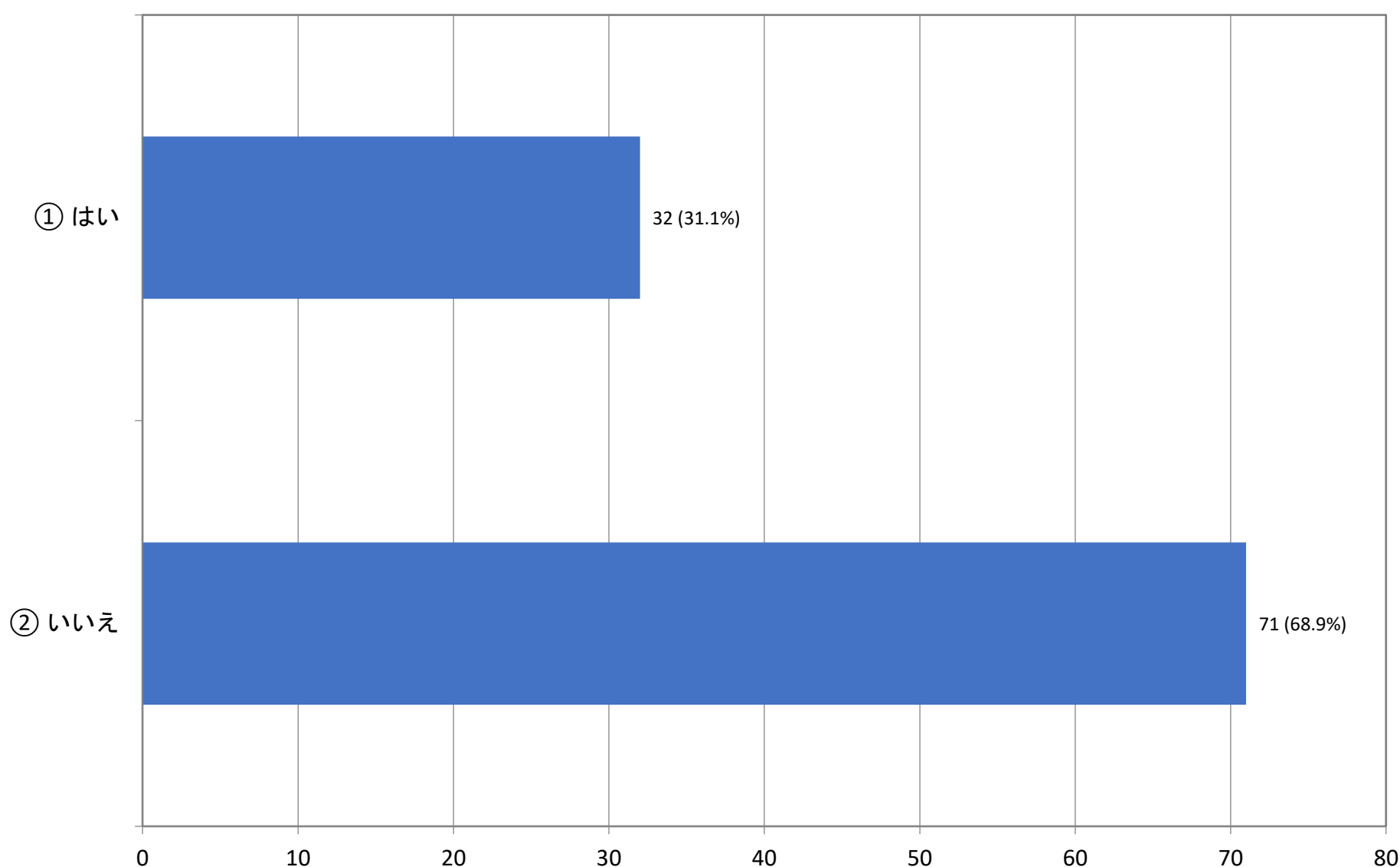
- ・ 日本語が話せる中国の専門家に同席して頂くことが希望。（表現が上手く伝わらないため）
- ・ 業者に対しての意見などももっと言ってほしい。
- ・ 希望に合う取引先が出てこなかった。
- ・ 商談に同席頂ける機会があるとすれば、心強いかと思うし、是非ともお願いしたいくらい。
- ・ 色々教えてほしい。
- ・ 商談、実務ベースで相談にのってくれる方がいれば、活用したい。

26. 専門家支援についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・実務的な面までお力添えをいただける専門家の方がいらっしゃると心強い。
- ・無料であれば、色々相談したい。
- ・輸出での分からないことは数多くあるのでこういった支援機会があることはありがたい。
- ・海外の取引先も紹介して頂きたい。
- ・機会があれば、利用したいと思う。
- ・商談、実務ベースで相談にのってくれる方がいれば、活用したい。

27. 国税庁が実施している酒類輸出コーディネーターが企画した商談会等の対面型商談会やオンライン商談会（以下「国税庁商談会」といいます。）に参加したことはありますか。

グラフ単位：人



28. Q27で「①はい」と答えた方に質問します。

国税庁商談会に参加して良かったことや苦労したことがあれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・相手国によっては良し悪しが分からないまま、レスポンスが無く消える事多くある。その辺りもう少し真摯に対応して頂けたらと思う。
- ・事前のサンプル準備と出張の手配。上海が多く、深センや北京での実施ぜひお願いしたい。
- ・代理店の参加者の連絡先一覧等を終了後に送ってほしい。
- ・実際に商談を行なったがまだ海外輸出につながっていないメーカーがあること。
- ・販売先の新規開拓ができた。
- ・定期的に商談機会をオンラインで頂けたことが良かった。
- ・クライアントの新規開拓にかなり活用させて頂いている。通訳の手配やスケジュール調整など大変助かり、感謝。
- ・海外バイヤーからのマッチングが叶わなければ、全ての申込みが可能ということではないが、今後も多くの機会が与えられることを期待。
- ・海外企業との商談機会を得られることは非常に有り難い。一方で、成約に結びつかない「レスポンスがない」ところは我々も工夫が必要。
- ・お互いの希望がある程度すり合わされている状態での商談であったので話しが早くまとまりやすかった。
- ・時間が少ない。もっと沢山行ってほしい。
- ・現地バイヤーとDirectにやり取りできる。

29. 国税庁商談会について不安に思っていることや疑問に思っていること等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ B to Bではなく、酒類消費者に対してのイベントを増やしていただきたい。そうでないと大手ブランドのみの流通額増加になってしまう。先に消費者を抑えれば後から取り扱いたい業者は必ず増える。
- ・ 前提となるマーケット情報及び必要最低限保有していなければならない業務スキル（言語・通関業務及び戻税手続き担当者の有無等）を明示いただいた上での実施を希望する。
- ・ いつ、どのように開催されてるか不明なことが多い。
- ・ メーカーに対して機会を厚くしている感じで、専門商社への機会をもっと頂きたい。メーカーは実際独自で輸出するノウハウが少なく、取引も断ち切れてしまうケースが見られる。
- ・ 英語で説明できますが、その他の言語はどうしても通訳さんに頼らざるを得ない、事前に資料も提出するので、通訳さんの準備もしっかりしてもらいたい。（専門用語も多いので）
- ・ とてもよい仕組みだと思う。もっと数を増やしてほしい。

30. 商品リストについてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 日本酒に関しては問題ないが、国産洋酒（ウイスキー）・国産ワインについてはリストがやや気弱な感じがする。
- ・ 商品リストを利用したことがないので、わからない。
- ・ この機能は未だ利用していないので、教えて頂きたい。
- ・ 自分の登録した商品リストの確認方法が分からない為、どの商品が登録されていて、どれが登録されていないのか分からない。マイページなどで確認できると嬉しい。

31. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムに登録して良かったことや、輸出に繋がった体験談等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 国税庁の補助金を活用し新規販路開拓につながった。
- ・ 今回、初のNYのイベント参加の機会が頂けたこと。
- ・ セミナー講演後の反響が大きかったため、ぜひ定期的に中国EC酒類現状情報発信の機会をいただければ幸いだ。
- ・ 多くの蔵元様と面談ができ且つ販売契約もでき、越境ECで僅かではあるが販売に繋がったので、登録させていただいて良かったと実感している。
- 依然として輸出禁止都県の制約が中国・韓国で解けない面が非常に残念。
- ・ まだそこまで至ってない。
- ・ 各国向けに商談からスタートし、輸出などに繋がっている。
- ・ この商談会を通じてメーカーとの接点ができ、実際に既存の輸出先や商品の情報等を知ることができ、実際に大きな取引につながっているメーカーもあるのでありがたい。
- ・ 登録事業者データベースはとてもよい仕組みだと思うので、使いやすさや登録情報の細かさ、登録更新時期等がわかればもっと活用できるのではと思う。
- ・ JETROの海外ショールーム事業は輸出をめざす業者として非常に役にたった。
- ・ 商談や展示会の情報がタイムリーに頂けることは有難い。
- ・ 様々な企業様との出会いが生まれ、とても感謝している。まだ商談中の件ばかりだが、成約に繋がるよう努力したいと思う。
- ・ ベトナムオンライン商談会に参加したが、現状ではサンプル出荷に留まっており、ここから実際の商談、商売に繋がれば良いと思っている。
- ・ 今までにいろいろ視聴して分かった事などから、提案の仕方やカテゴリーを考えるようになった。
- ・ メールマガジン、オンライン商談会、セミナー等、情報活用させて頂いている。特に香港で輸出実証を行った際は、参考にさせて頂いた。
- ・ 色々なセミナーなどに参加したことによって各国の商流、規制、業界状況を知ることができて、助かっている。

32. 日本産酒類輸出促進コンソーシアム全体についてご意見等があれば、お聞かせください。
 (自由記載)

・私どもは、事業者ではなく、組合なので、傘下組合の構成員である組合員企業に、日本産酒類輸出コンソーシアムのセミナー情報に併せて、セミナー受講のためには日本産酒類輸出コンソーシアムに登録が必要であり、この機会に当コンソーシアムへの登録をされるよう周知している。少しでも、酒類輸出に携わる当傘下組合の卸事業者の裾野が広がることを期待している。

・専門家派遣、マッチングを通して多くの活用をさせて頂いている。お蔭様で22年度の実績、23年度更なる積み上げが期待できる。

・水際対策緩和のなかで、インバウンド情報等に関しても、教えていただけたらありがたい。

・品質管理（商品コンディション）も考慮し、日本の企業或いはそのグループ企業が海外で酒類販売免許を取得することができるようなビジネス創出のサポートを促していただけると幸いだ。

・中国へ渡航ができ、別省への移動制限もなく、コロナにかかるリスクも落ち着いたらまた営業が再開できると思っているが、まだまだ時間がかかりそうで、この時間はどのようにしたらよいか、国のバックアップも非常に重要だと思う。

1月8日から、中国人の入国を緩和したが、PCR検査だけでは追いつかないことを十分に理解した政策なのかどうか、個人客の入国緩和でインバウンドの消費は期待されるが、片方では相当な数の入国者、無症状感染者を検査から隈なく拾えるのかどうか・・・少々疑問に残る状態を日本は迎えるんだろうと懸念している。

・国内メーカーとのマッチングよりも海外インポーターとのマッチングを増やしてほしい。

・地方の卸にとって人口の減少などを考えると将来的に輸出にも取り組む必要があると思っているが、人材を含めて対応できていない。勉強のつもりで輸出コンソーシアムを時々覗いている。

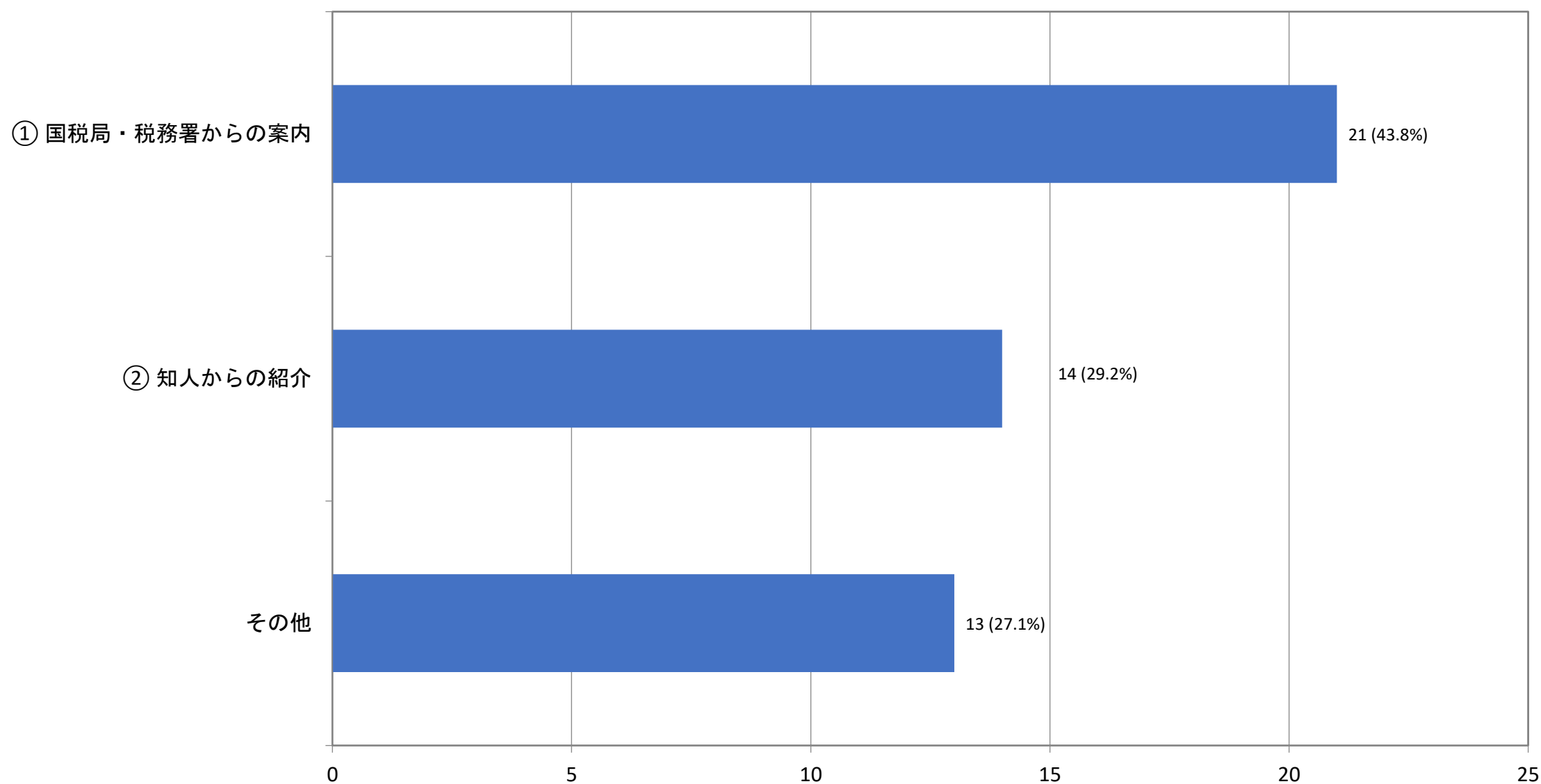
・今後利用していきたいと思う。

・運営がJTBで、酒や輸出の専門家ではない。申し込んでもうまく機能していないのでは。

③ その他（自治体等）

1. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムをどこで知りましたか。

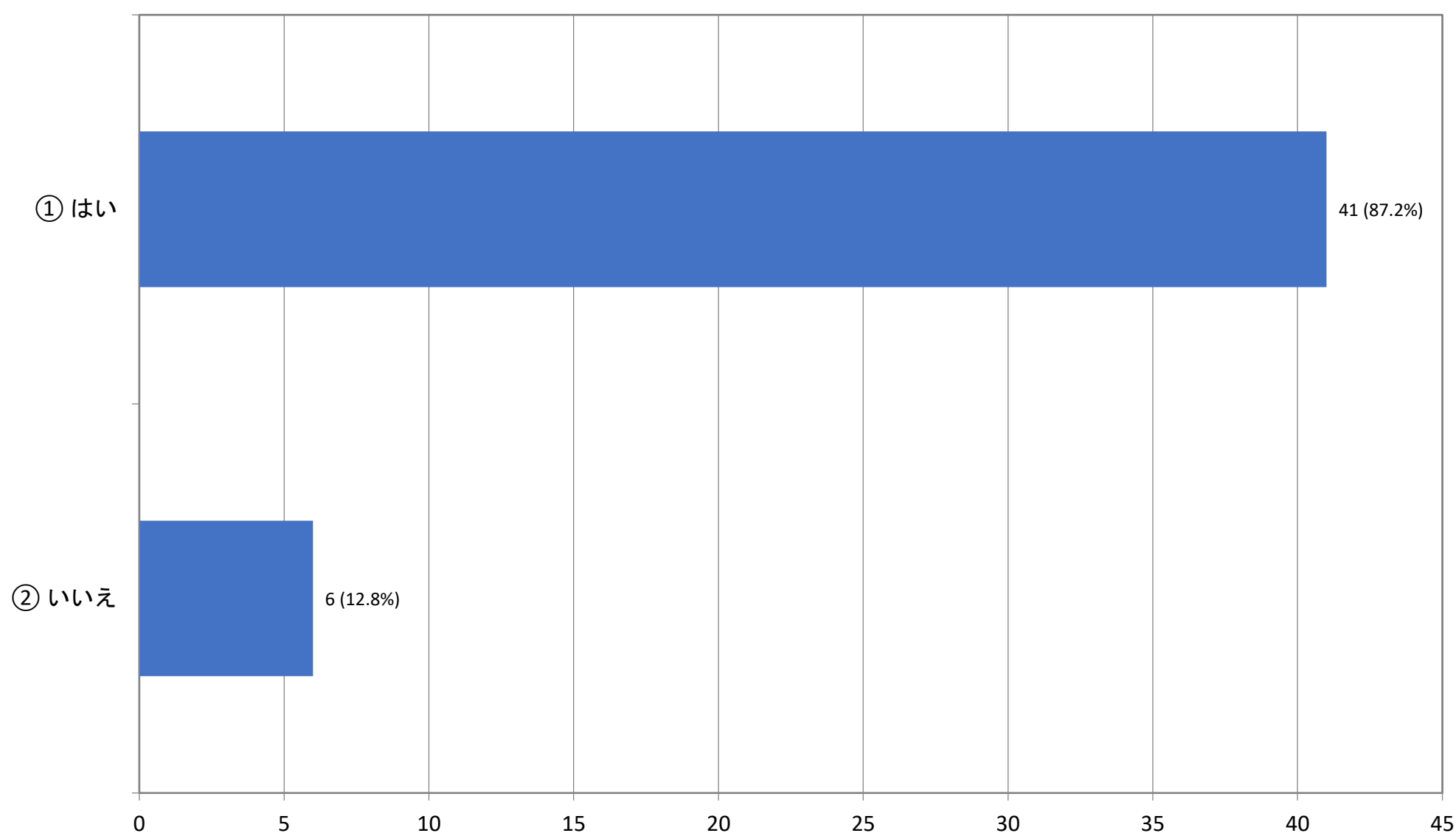
グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：インターネット、ホームページ、等。

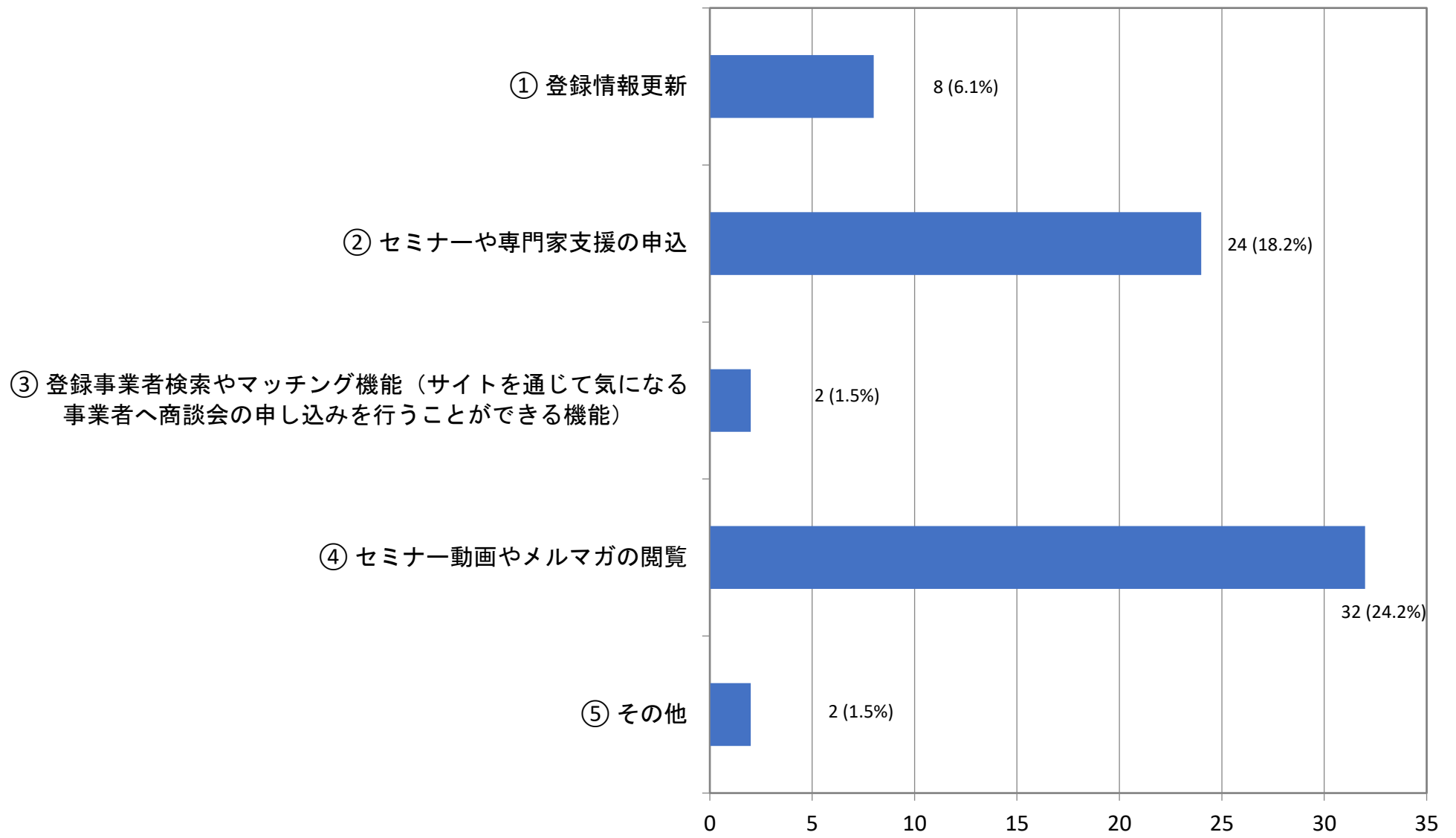
2. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのウェブサイトを利用したことはありますか。

グラフ単位：人



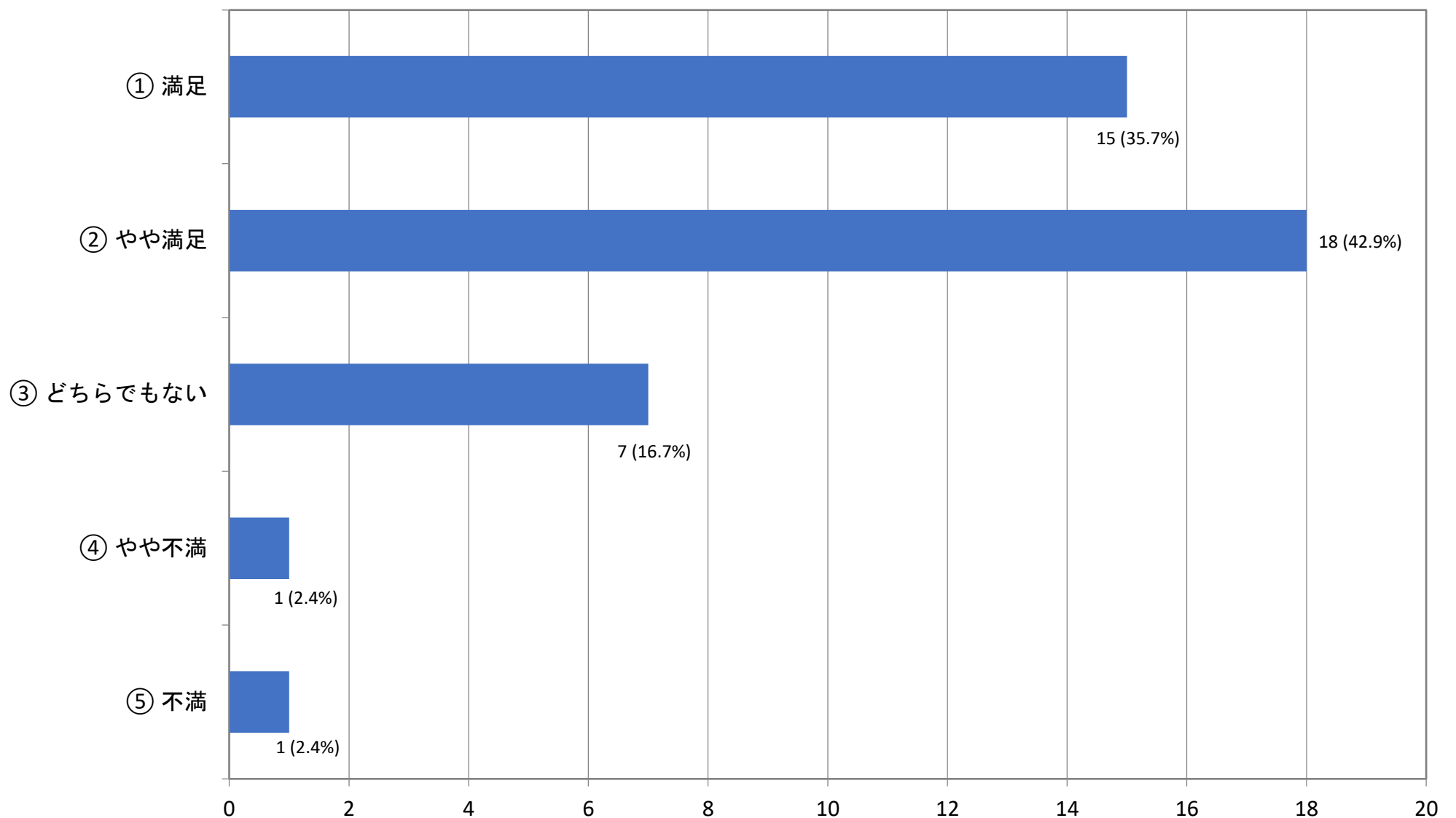
3. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。利用した機能を教えてください。（複数回答可）

グラフ単位：人



4. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。ウェブサイトの満足度を教えてください。

グラフ単位：人

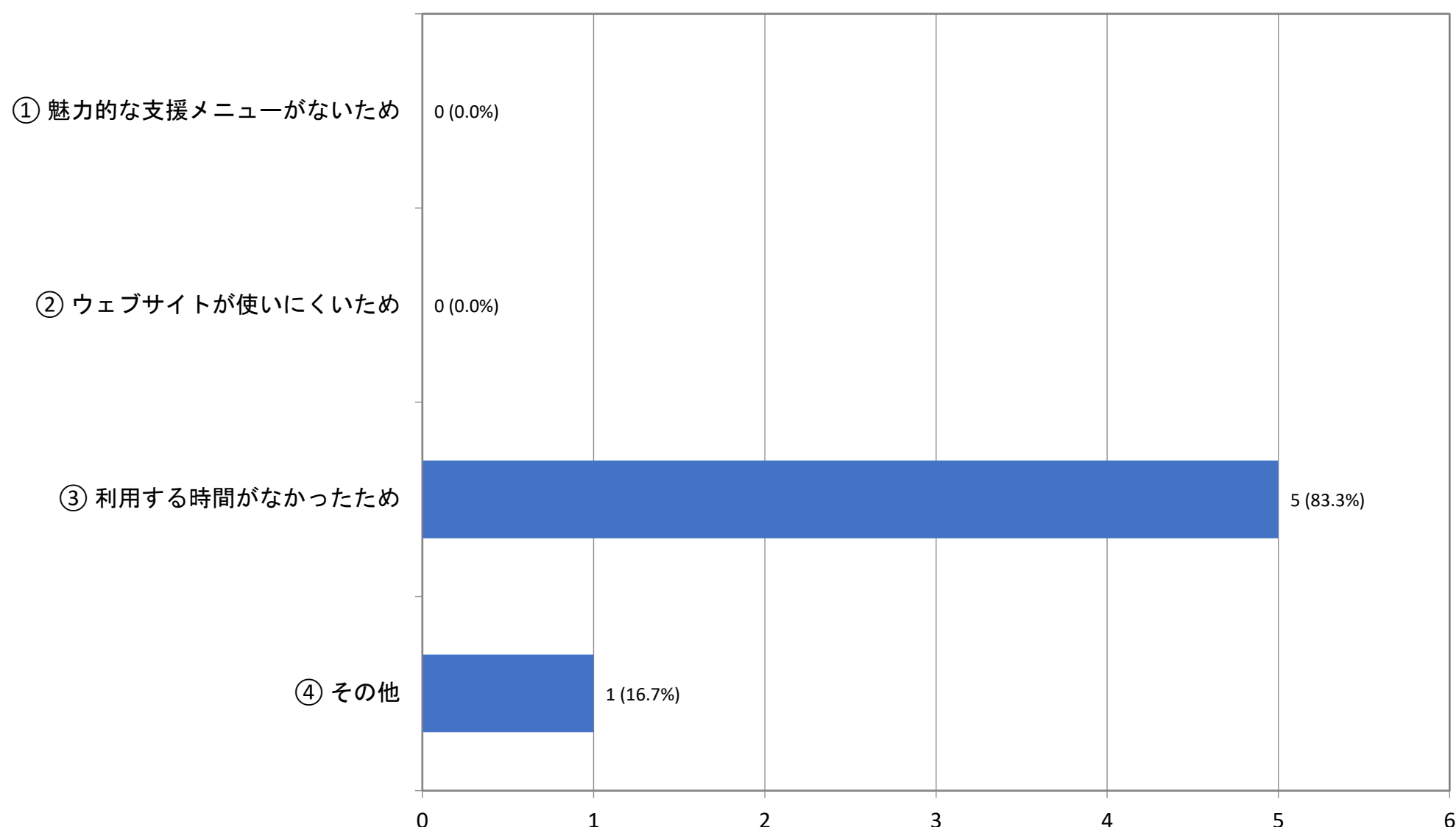


5. Q4で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 ウェブサイトのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・セミナー申込みにアクセスしにくいなどUI（User Interface）が使いにくい。
- ・内容が薄すぎる。

6. Q2で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



「その他」記述回答：積極的に日本酒を販売していく体制が社内で整っていないため。

7. マイページに掲載の“酒類輸出をはじめめるための商談ノウハウ動画”についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

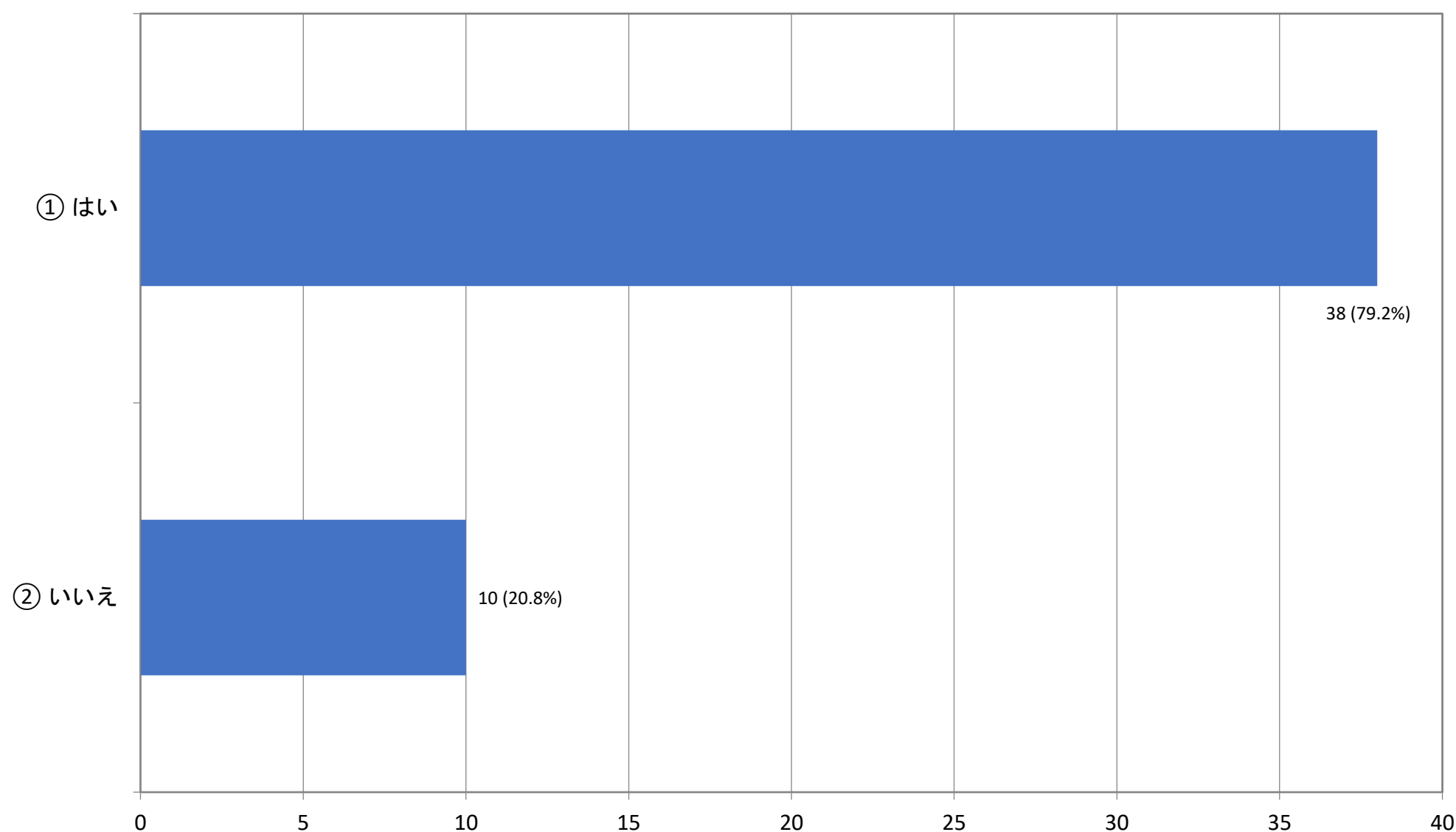
- ・実例や、よくある失敗例が的確なので、思い当たるふしもあり参考になる。営業的には当たり前のことであるが、それを可視化しているので営業初期の教育ツールとしても有効と感じた。
- ・各国（各都市）別の種類輸出に関する規制について、具体的に最新情報を提供いただきたい。
- ・とても参考になる。
- ・基礎的な内容で分かりやすいと思う。輸出に関する基礎知識（FOBやフォワーダーなど）も学べると良いかと思う。
- ・まだ見ていない。あるのは知っている。

8. ウェブサイト全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・国内の間屋（輸出商社）に一任して、輸出先の情報は認知していない中小の酒造会社も少なくないので、現地の動向を知ることの大切さを訴求していただきたい。
 - ・個別の悩みは解消されず、事業は頓挫している。
- 大企業であれば、専門部署をつくり早急に解決できるが、ノウハウも、実績もない小規模企業は問題山積で、中々商談にまでも至らない。個別にご相談いただけるとよいのだが、ご相談しても、小さすぎると基本的なことを勉強してからお願いしますと、ほぼ優しく断られてしまう。
- ・セミナー申し込みの際に申込みページの場所がわかりにくいときがある。ex) ページの下にある時。
 - ・登録事業者マッチングなど一部サービスが使いづらい。
 - ・個人的にはシンプルなので使いやすい。
 - ・目的別にもう少し使いやすいようにできれば・・・

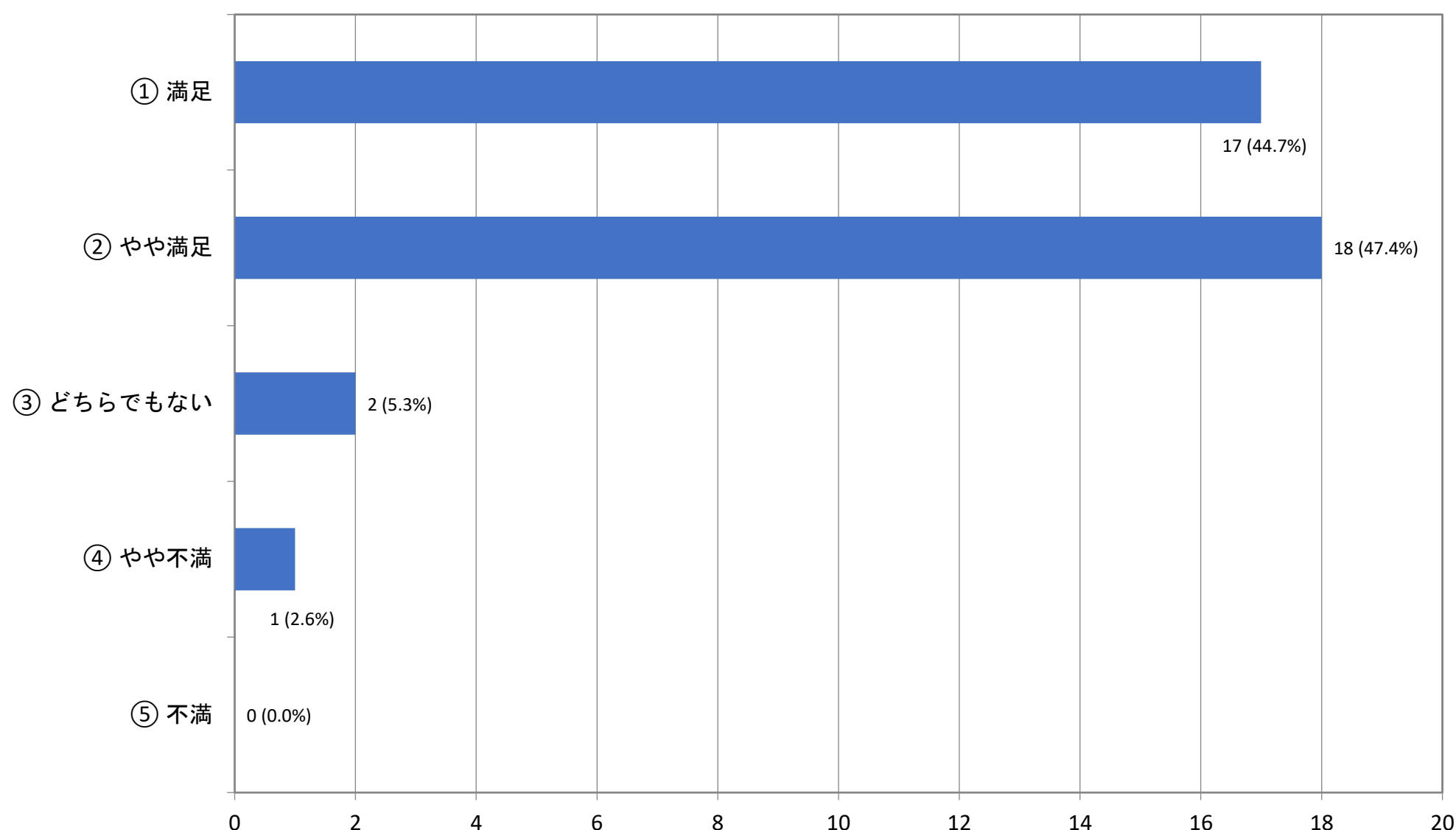
9. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのセミナーを視聴したことはありますか。

グラフ単位：人



10. Q9で「①はい」と答えた方に質問します。セミナーの満足度を教えてください。

グラフ単位：人



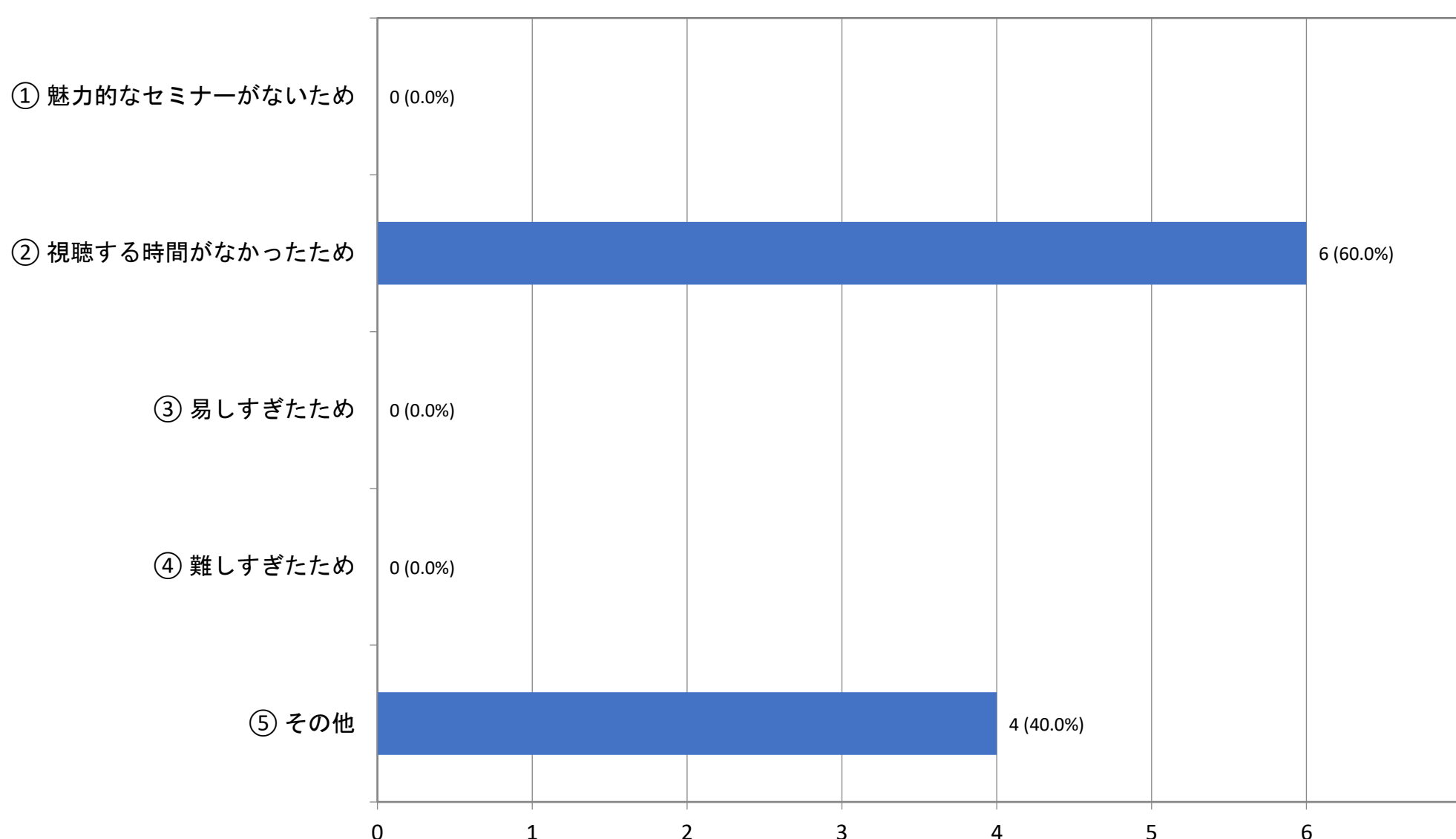
11. Q10で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。

セミナーのどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

- ・講師の方が外国人の方の場合は、音声で日本語訳をつけていただけると理解しやすくありがたい。
- ・内容が薄い。

12. Q9で「②いいえ」と答えた方に質問します。視聴されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



「その他」記述回答：時間が合わなかった、社内体制、視聴方法が不明、視聴制限、等。

13. 特に参考になったセミナーがあれば教えてください。（自由記載）

- ・アメリカ西海岸でのEコマース
- ・坂根さんのセミナー。
- ・米国商談会向け オンラインセミナー。
- ・坂根氏の講演。
- ・2022年3月の国税主催のジャパニーズウイスキーの定義について。サントリー、ニッカ、キリンとメーカーを超え、土屋さん、山岡さんも集まる、貴重な会だった。
- ・中国・台湾・香港の酒類市場。
- ・日本酒輸出に関して、専門家中様のセミナーに参加させていただき、マーケティングの方法や動画の活用など大変お世話になった。
- ・海外の動向についてのセミナー。
- ・国、エリア別の動向、市場についてのセミナー。
- ・ジェトロの取り組み。各国の状況を聞いた。
- ・中国・韓国・台湾・フランス・アメリカ等の海外のSAKE市場や流通の実態。

14. 希望するセミナーのテーマがあれば教えてください。（自由記載）

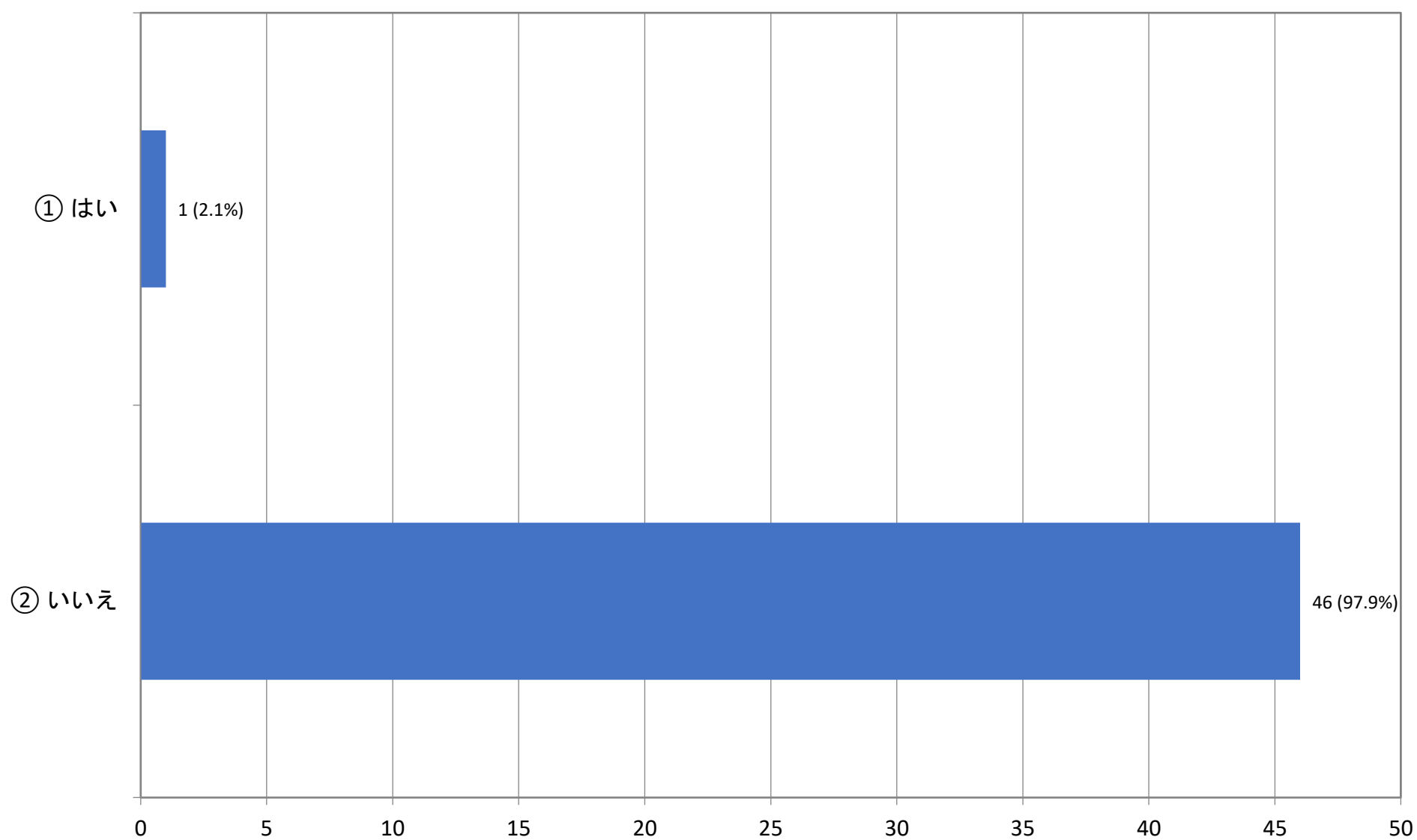
- ・酒類卸売業者の輸出取組み事例を紹介いただければと思う。
 - ・アメリカの種類輸出規制の最新情報と今後の見通し。
 - ・ジャパニーズウイスキーの定義をどうしていくか。国税を巻き込んだ議論を期待する。
 - ・輸出事業開始の検討にあたり情報収集となるセミナーがあれば参加したい。
 - ・米国市場の開拓方法。
 - ・酒類免許を持たない国際物流企業の日本酒販路マッチングからの国際物流創出について。
 - ・成功企業から学ぶ 現地バイヤー登壇セミナー フロンティア市場。
 - ・海外へのECを展開する際の各国の法規制について。
 - ・国、エリア別の動向、市場について最新の情報を扱ったセミナー。
 - ・もう少し各国の酒類提供者の話を多くして欲しい。飲食の方、酒屋の方など。
 - ・ウイスキー輸出先の各国の事情。日本ワインの輸出（まだごくわずかと思うが）。
- 各国の規制：容器や食品衛生上の規制について（・ビスフェノールAやフタル酸 ・PFOS/PFOA ・英国再生プラスチックの利用量の申告など）。

15. セミナー全般についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・今後も日本酒輸出に関するセミナーを定期的で開催していただけると幸いだ。

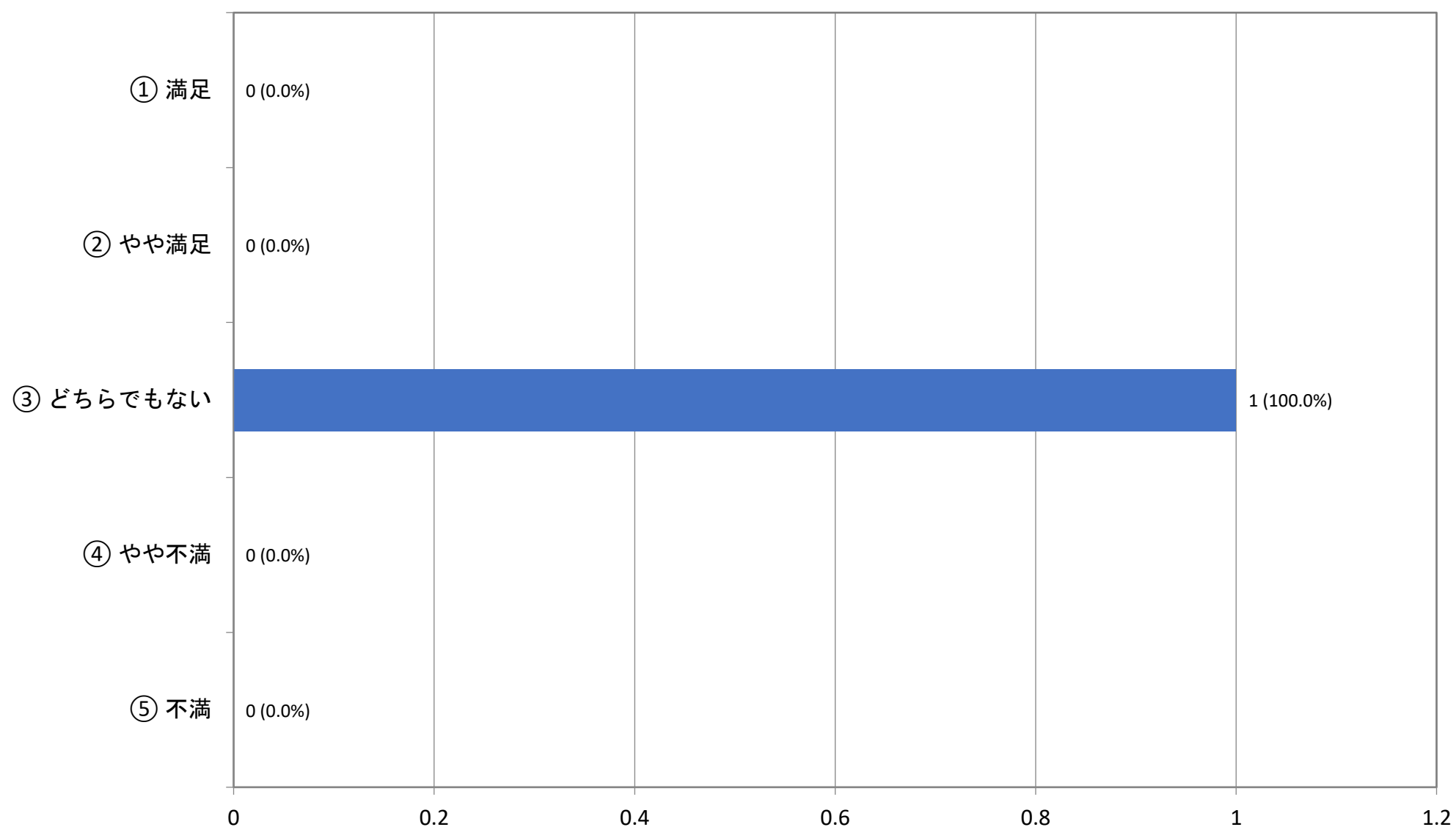
16. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのサイトからマッチング機能（サイトを通じて気になる登録事業者へ商談会の申し込みを行うことができる機能）を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



17. Q16で「①はい」と答えた方に質問します。マッチング機能の満足度を教えてください。

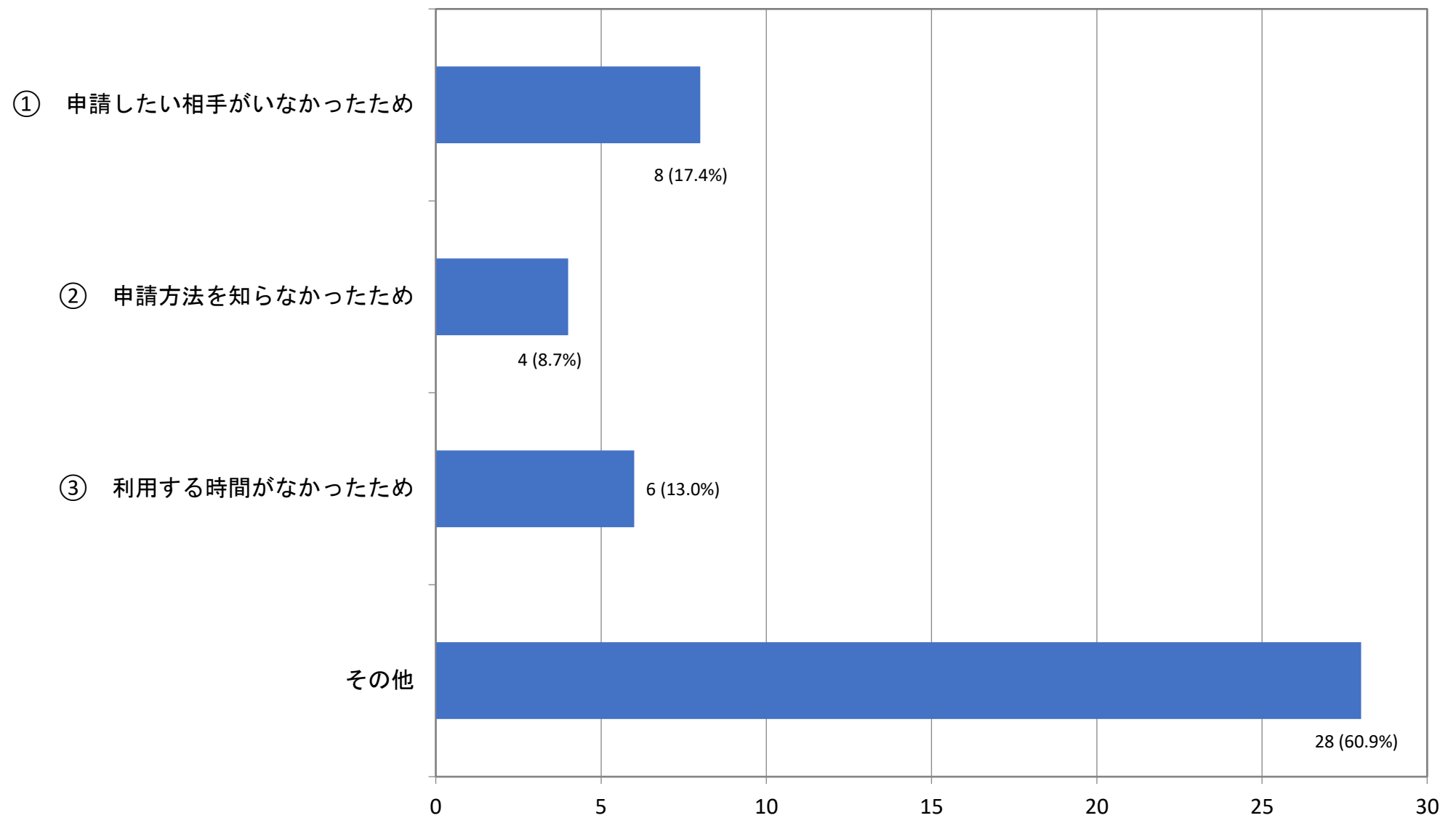
グラフ単位：人



18. Q17で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 マッチング機能のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

19. Q16で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



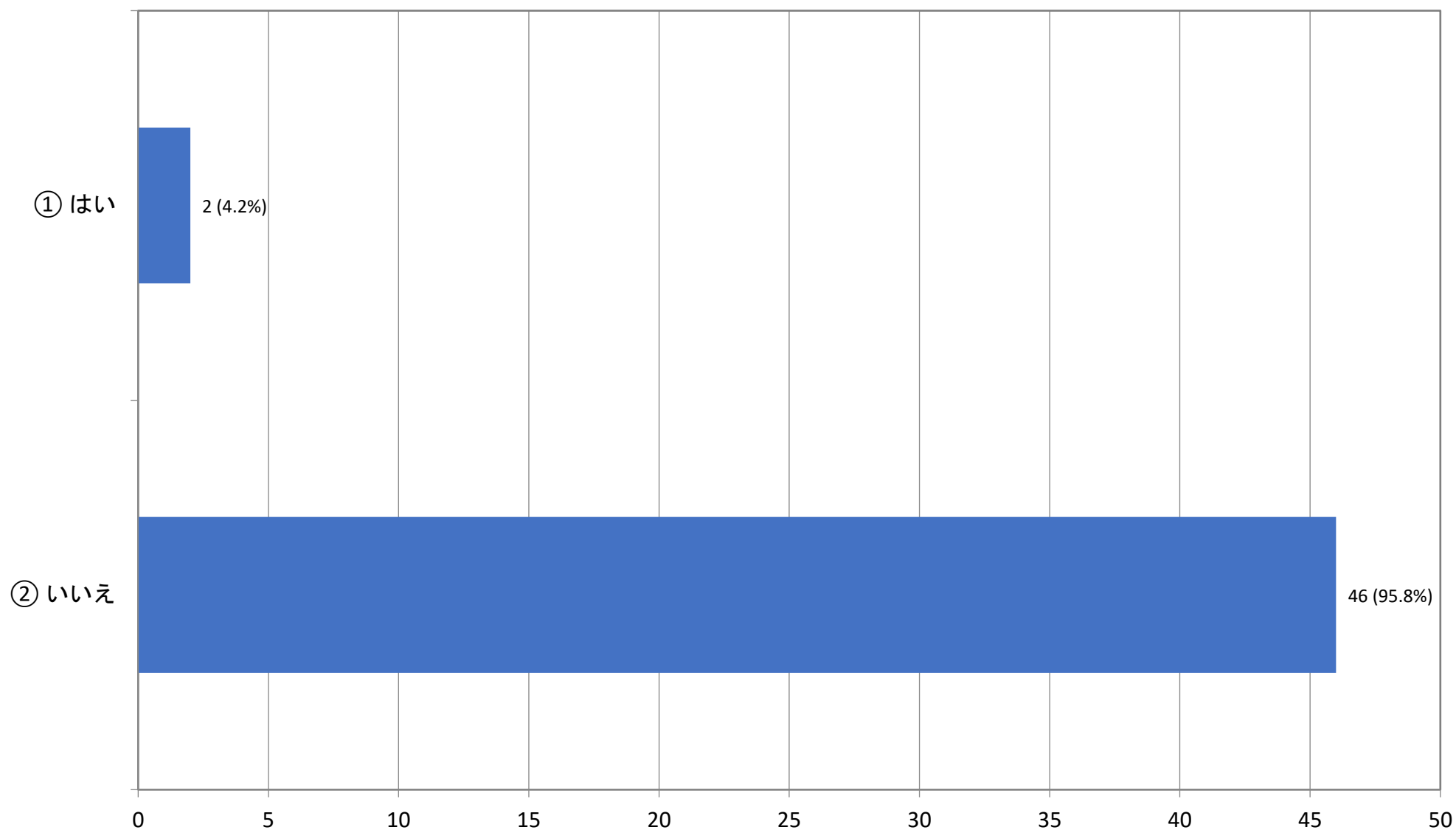
主な「その他」記述回答：その他（自治体等）、支援機関の業種、業態の為、等。

20. マッチング機能についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・バイヤーが希望するアイテムの酒質を具体的に示していただきたい。
- ・日本企業の商社が、どこまで仲介していただだけ、輸出手続きの代行をどこまでしていただけるのか。
- ・ジェットロと連携できる点あればご連絡いただきたい。

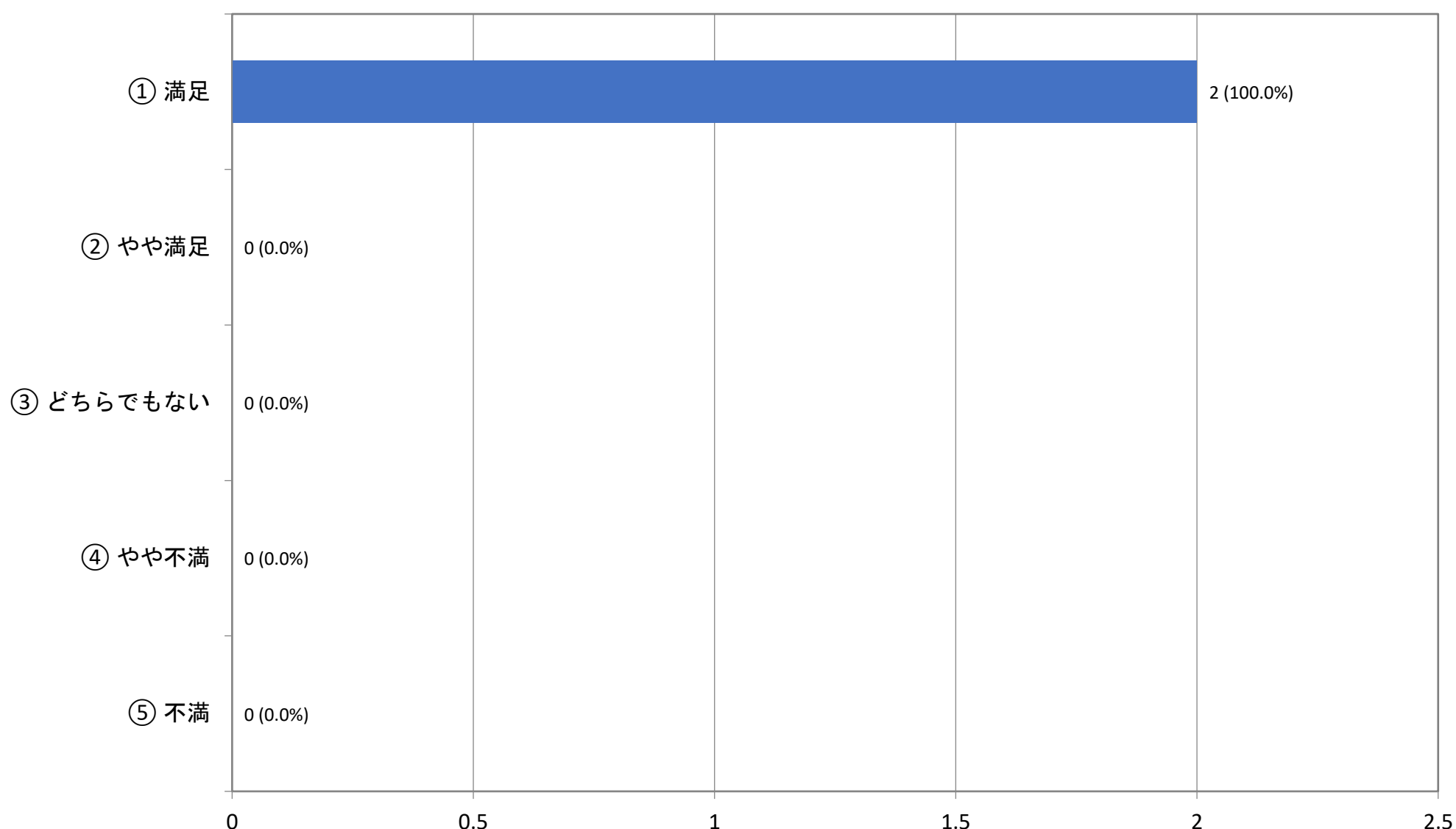
21. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムの専門家支援を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



22. Q21で「①はい」と答えた方に質問します。専門家支援の満足度を教えてください。

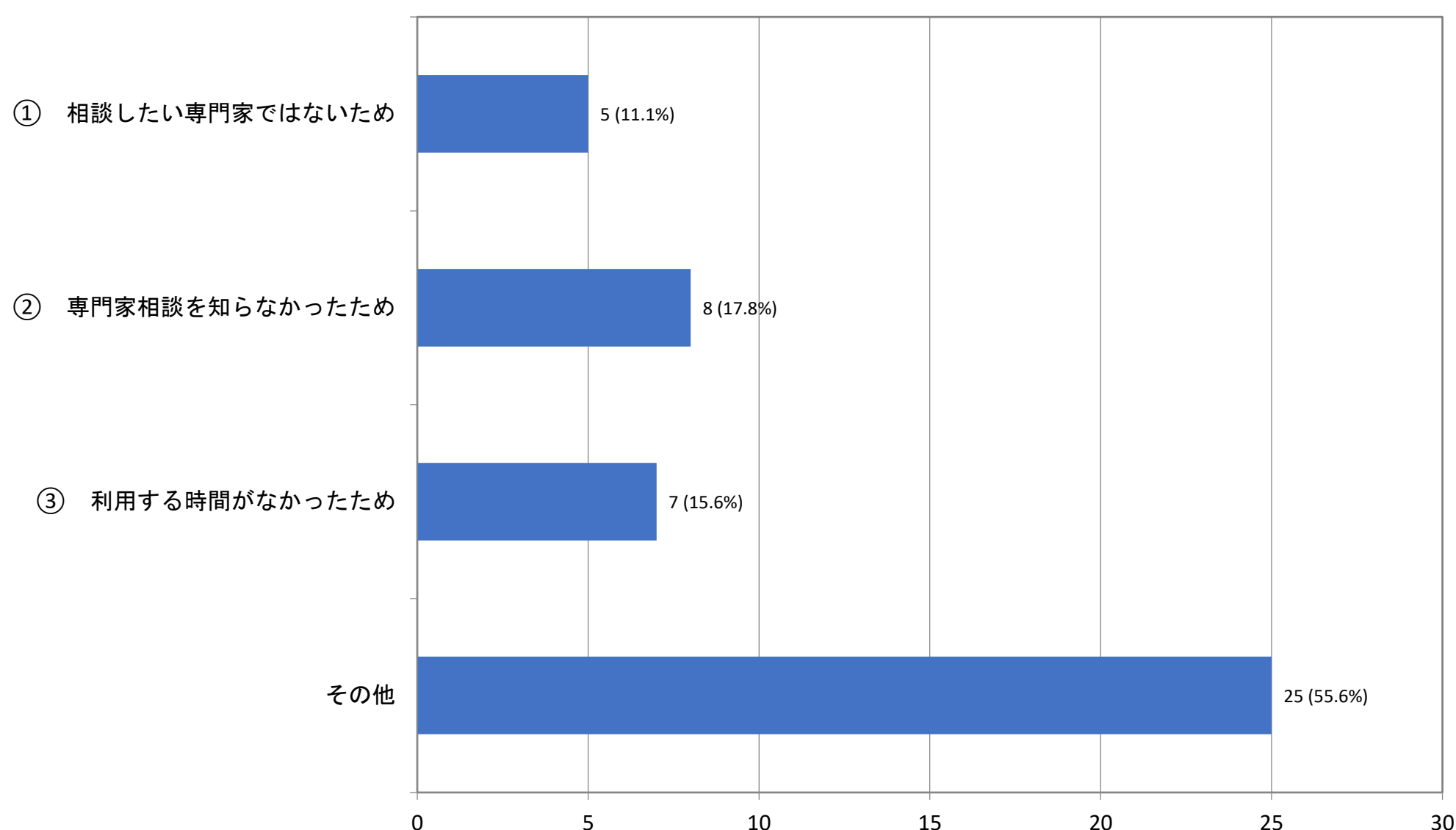
グラフ単位：人



23. Q22で「④やや不満」、「⑤不満」と答えた方に質問します。
 専門家支援のどのような部分に不満を感じていたか教えてください。（自由記載）

24. Q21で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



主な「その他」記述回答：その他（自治体等）、支援機関の業種、業態の為、等。

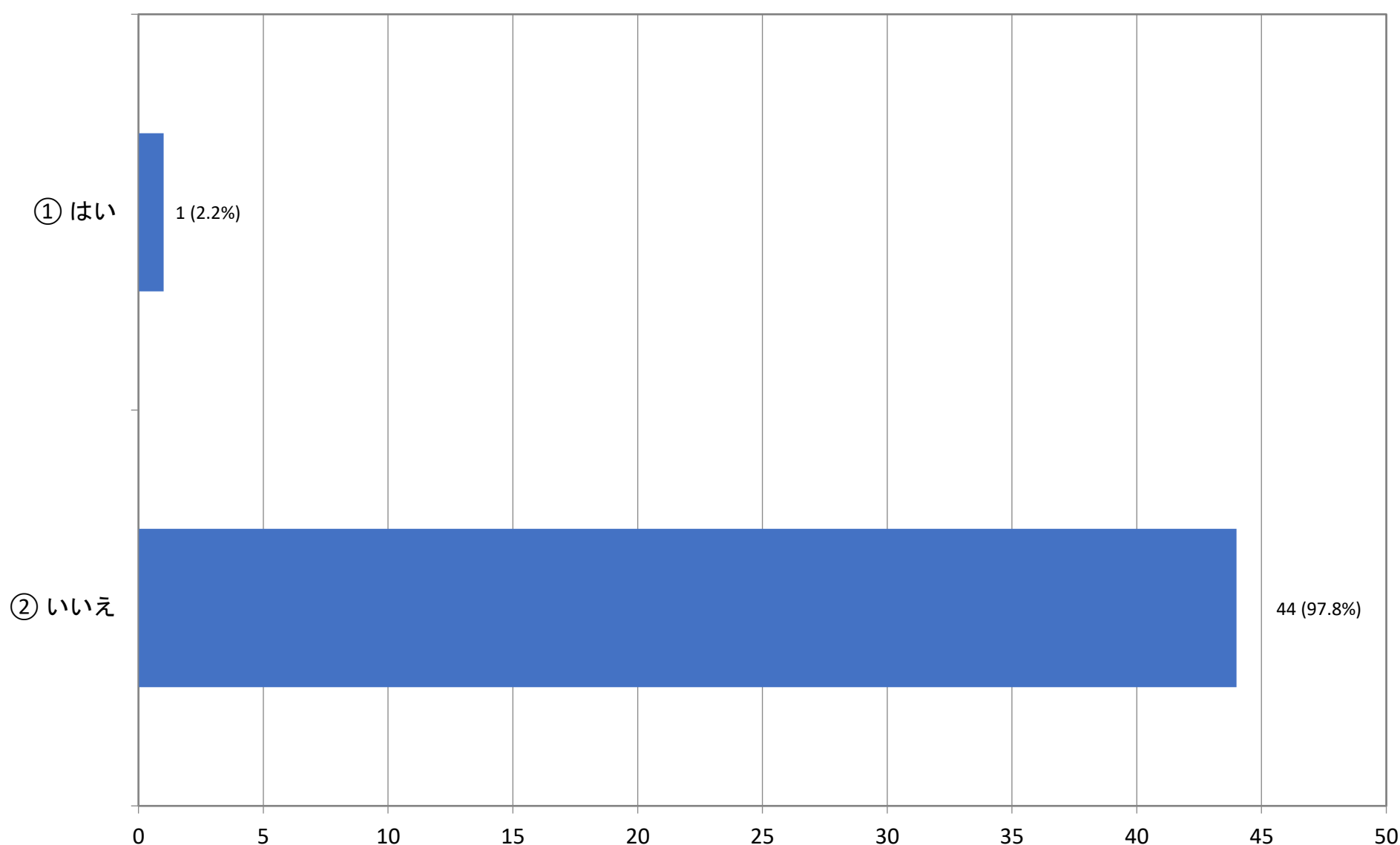
25. 専門家の商談同席についてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

26. 専門家支援についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・これから輸出を検討している。輸出の方法について不明点があるのだが、そのようなことについてご意見をうかがうことができれば大変助かる。
- ・専門家の得意分野を活かして、よりセグメントした支援が望ましい。
- ・相談をした際、いろいろとアドバイス、ご指摘頂け助かった。大変ためになるので、来年度も是非お世話になりたい。

27. 国税庁が実施している酒類輸出コーディネーターが企画した商談会等の対面型商談会やオンライン商談会（以下「国税庁商談会」といいます）に参加したことはありますか。

グラフ単位：人



28. Q27で「①はい」と答えた方に質問します。
国税庁商談会に参加して良かったことや苦労したことがあれば、お聞かせください。（自由記載）

29. 国税庁商談会について不安に思っていることや疑問に思っていること等があれば、お聞かせください。（自由記載）

・世界各都市で実施されているので、私が支援する酒造会社が、輸出先としてターゲットにしている場合、参加する。

30. 商品リストについてご意見があれば、お聞かせください。（自由記載）

・日本酒偏重ではなく、焼酎、スピリッツ、果実酒（リキュール）にもスポットを当てた（特化した）商談会・展示会の開催を望む。

31. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムに登録して良かったことや、輸出に繋がった体験談等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 輸出検討先により詳しい情報を知ることができた。
- ・ いろいろな情報が確認できる。ただし、卸中央会から同じ情報が提供されている。
- ・ セミナーがいい。
- ・ 現地で実際に活躍されている方の生の情報を得ることができた
- ・ いくつかの国の市場について少し理解が深まったこと。
- ・ 専門家面談やウェビナー、事務局には色々な情報をご提供いただき感謝をしている。
- ・ 酒蔵さんとの情報交換などの時に、話等が出来て取材時に助かっている。

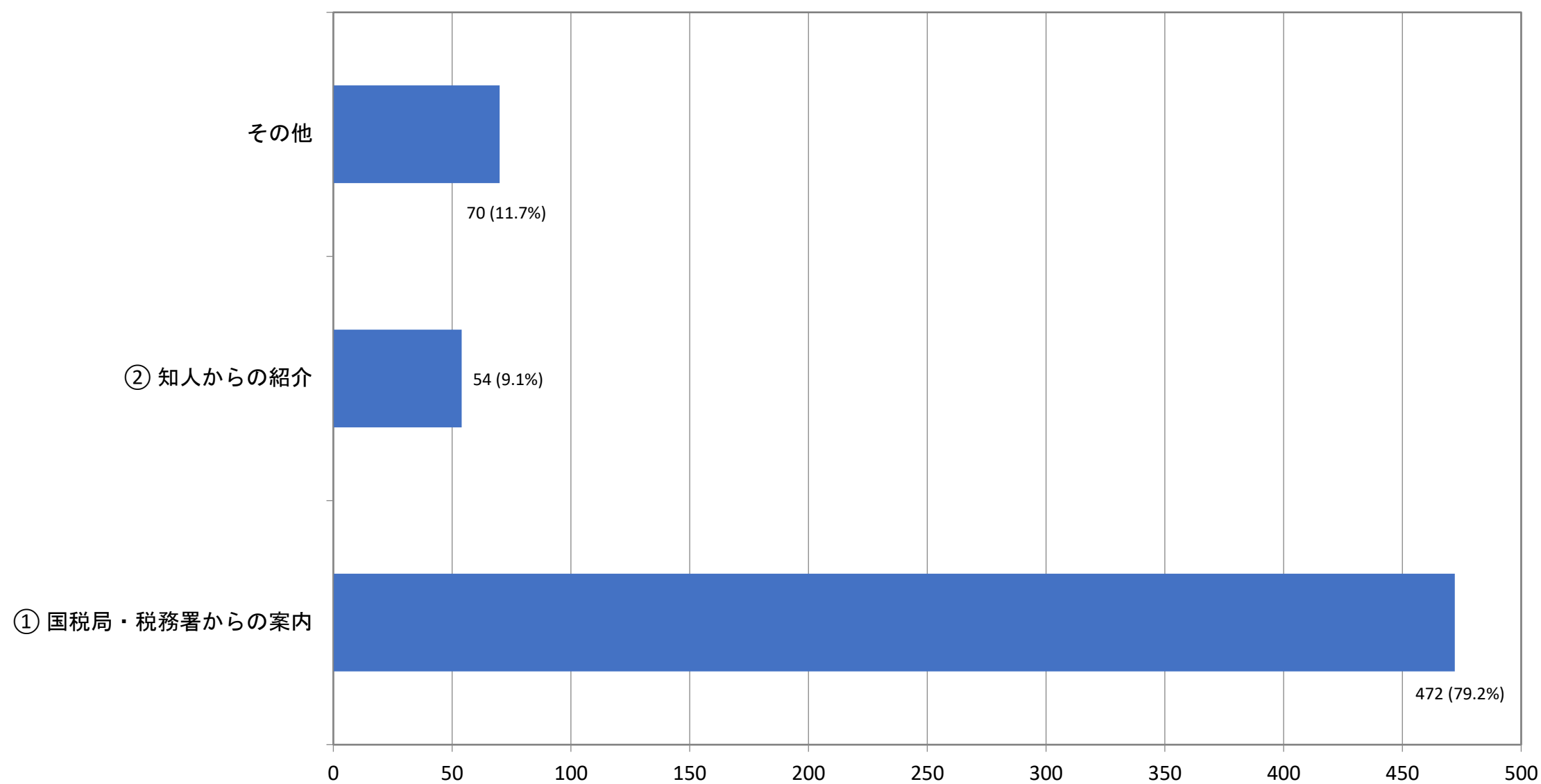
32. 日本産酒類輸出促進コンソーシアム全体についてご意見等があれば、お聞かせください。（自由記載）

- ・ 大企業の法人税だけでは、国の借金は賄えないので、中小個人の商店の活性化を図るために、大企業の支援から、国を主導して、個人の商店まで巻き込めるシステムを作っていただきたい。システムを企業にゆだねても、企業の利益の確保が優先してしまう。サラリーマンがどれだけ頑張っても、自身の給料を回収できる売り上げにはならず、設備投資、人件費に終わってしまうので、各部門での負担分を決め、利益の分配を図らなければ、活性化は図れず、格差が広がるのみ。国益にはならないと考える。酒税を上げる前に、日本酒を売らねばならないというところ。
- ・ 本アンケートも紙ベースではなくオンラインの方がありがたかった。
- ・ 自身は酒造会社への原料供給を事業として行っており、直接酒類の輸出等販売を行う者ではないが、伸びる市場として輸出の現状を広く情報収集させていただきたいと思う。
- ・ 実際にコンソーシアムを利用して、海外展開をスタートさせた企業の方の体験談をうかがってみたい。
- ・ まだコロナ渦で難しいかと思うが、各国の展示会や飲食店さん酒屋さんの様子などの動画、などの発信もされてみるのもありなのでは？と感じたりする。

④ 全業種の合算回答（グラフ）

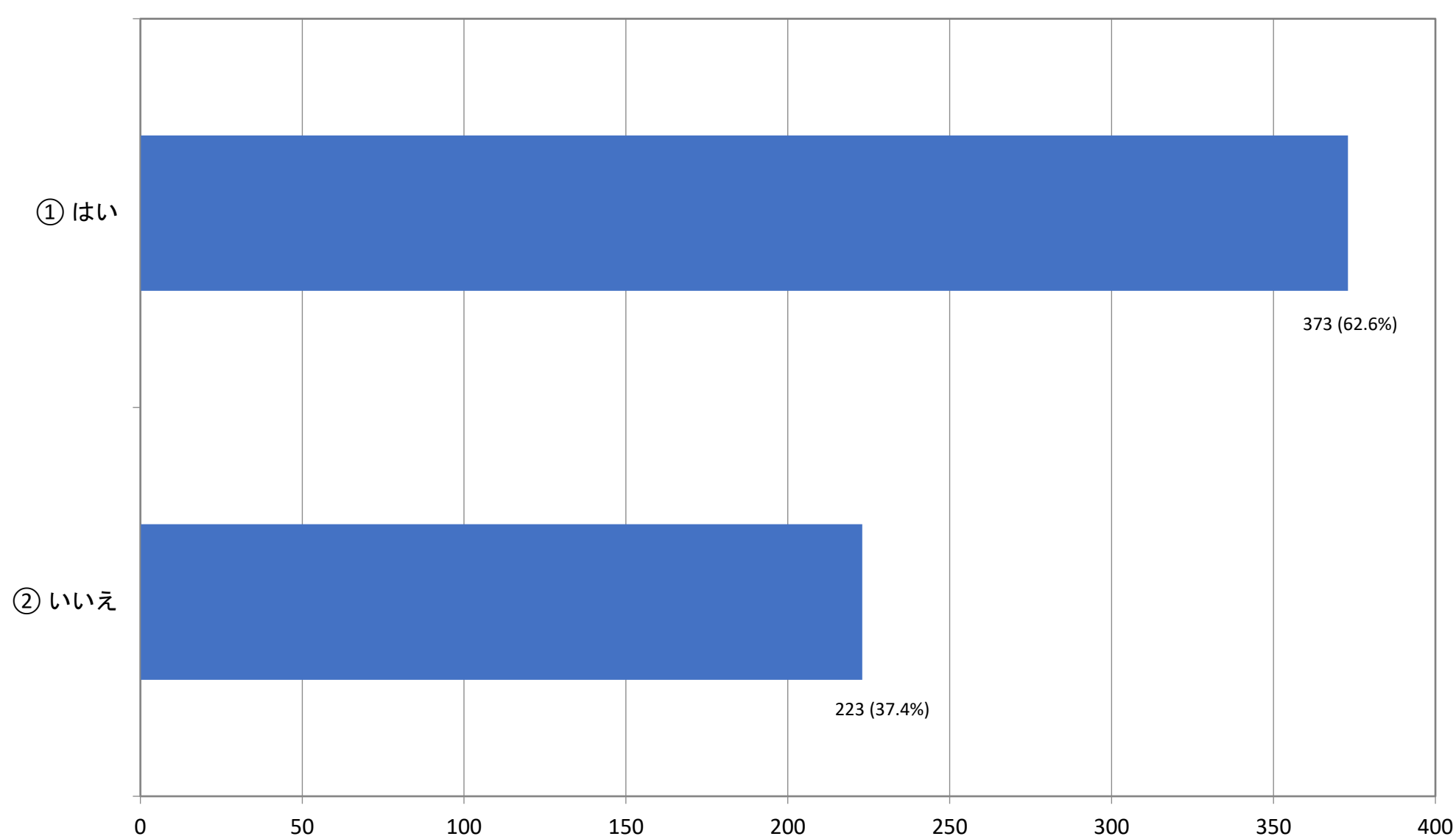
1. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムをどこで知りましたか。

グラフ単位：人



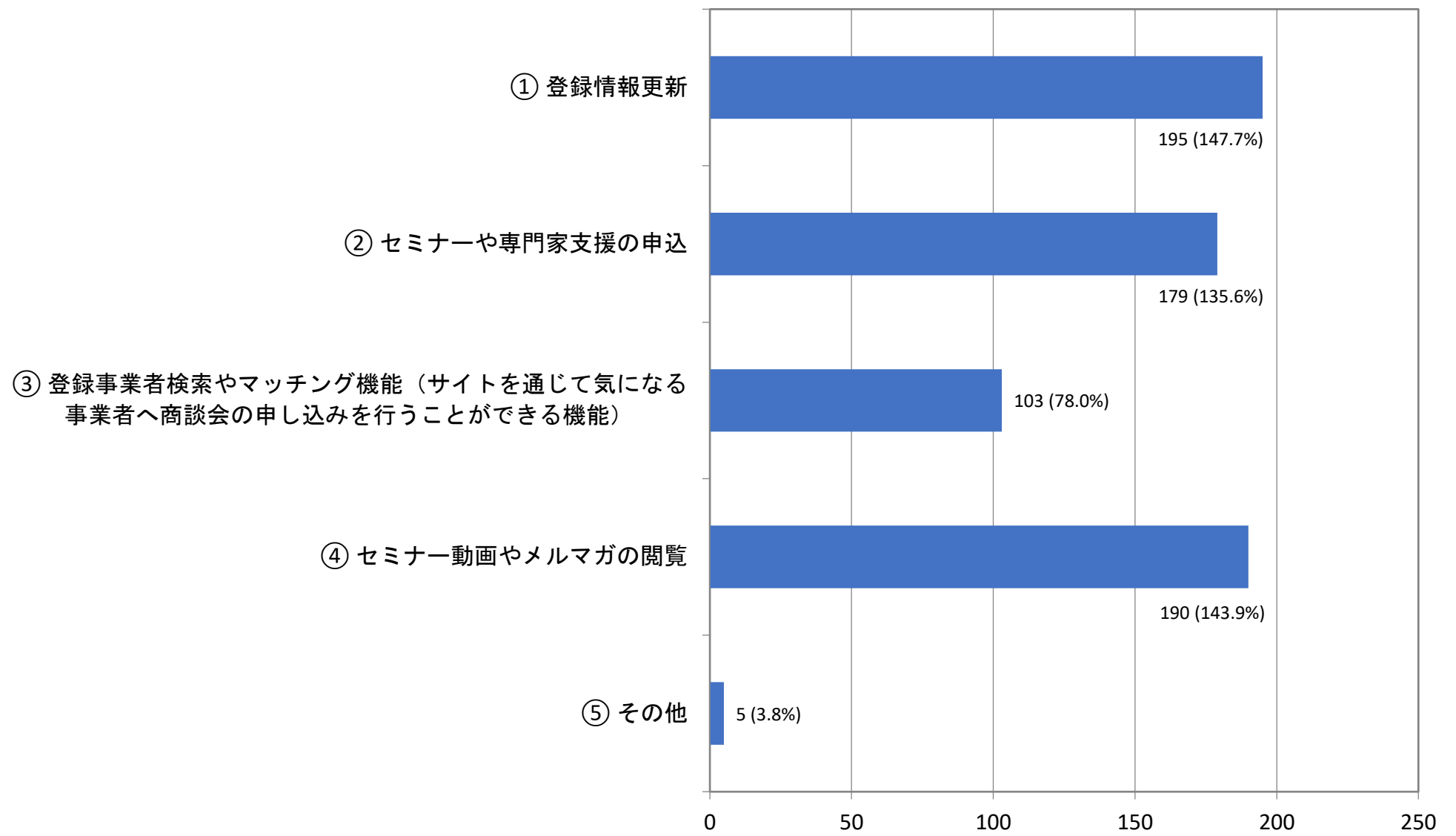
2. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのウェブサイトを利用したことはありますか。

グラフ単位：人



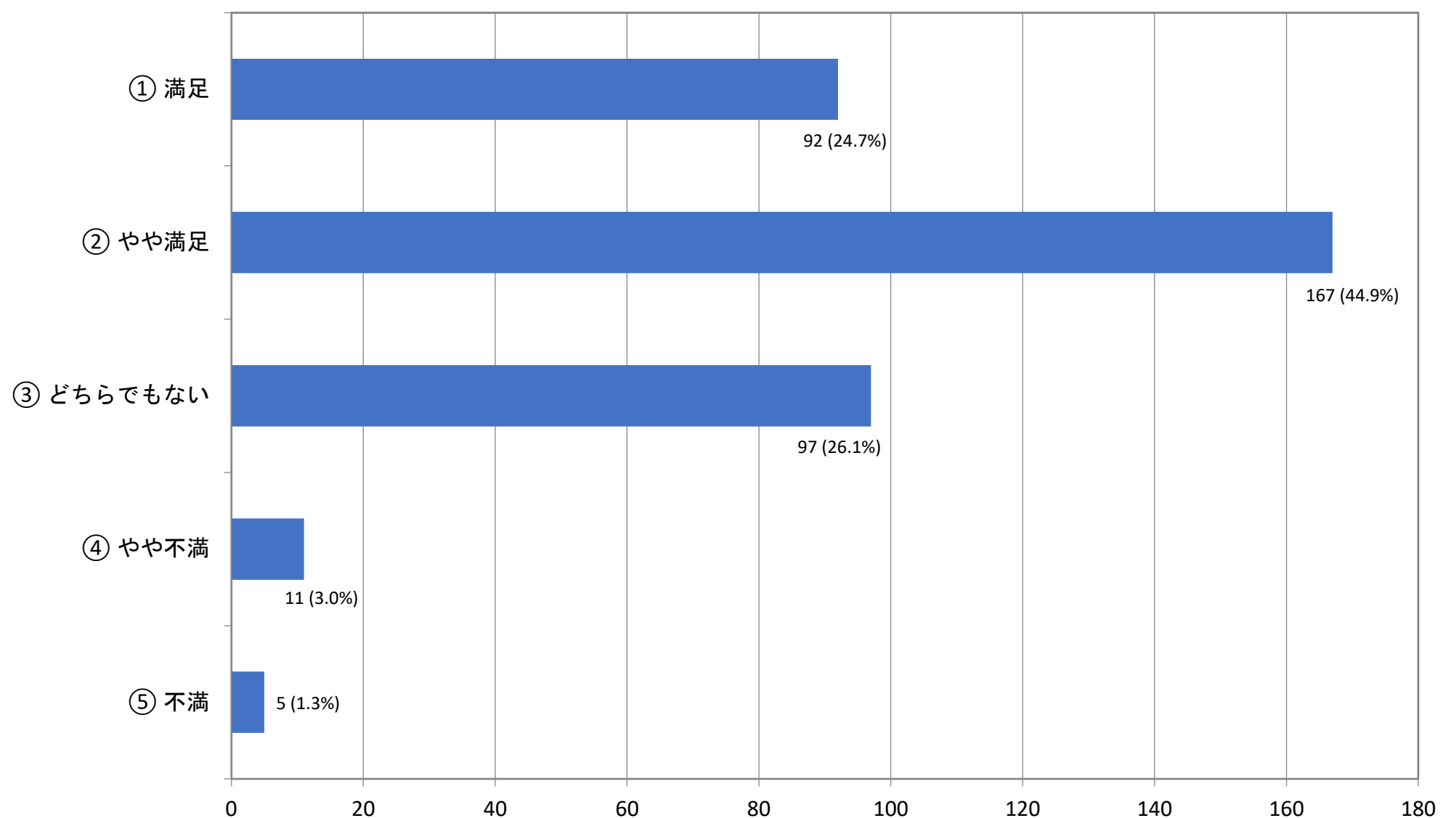
3. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。利用した機能を教えてください。（複数回答可）

グラフ単位：人



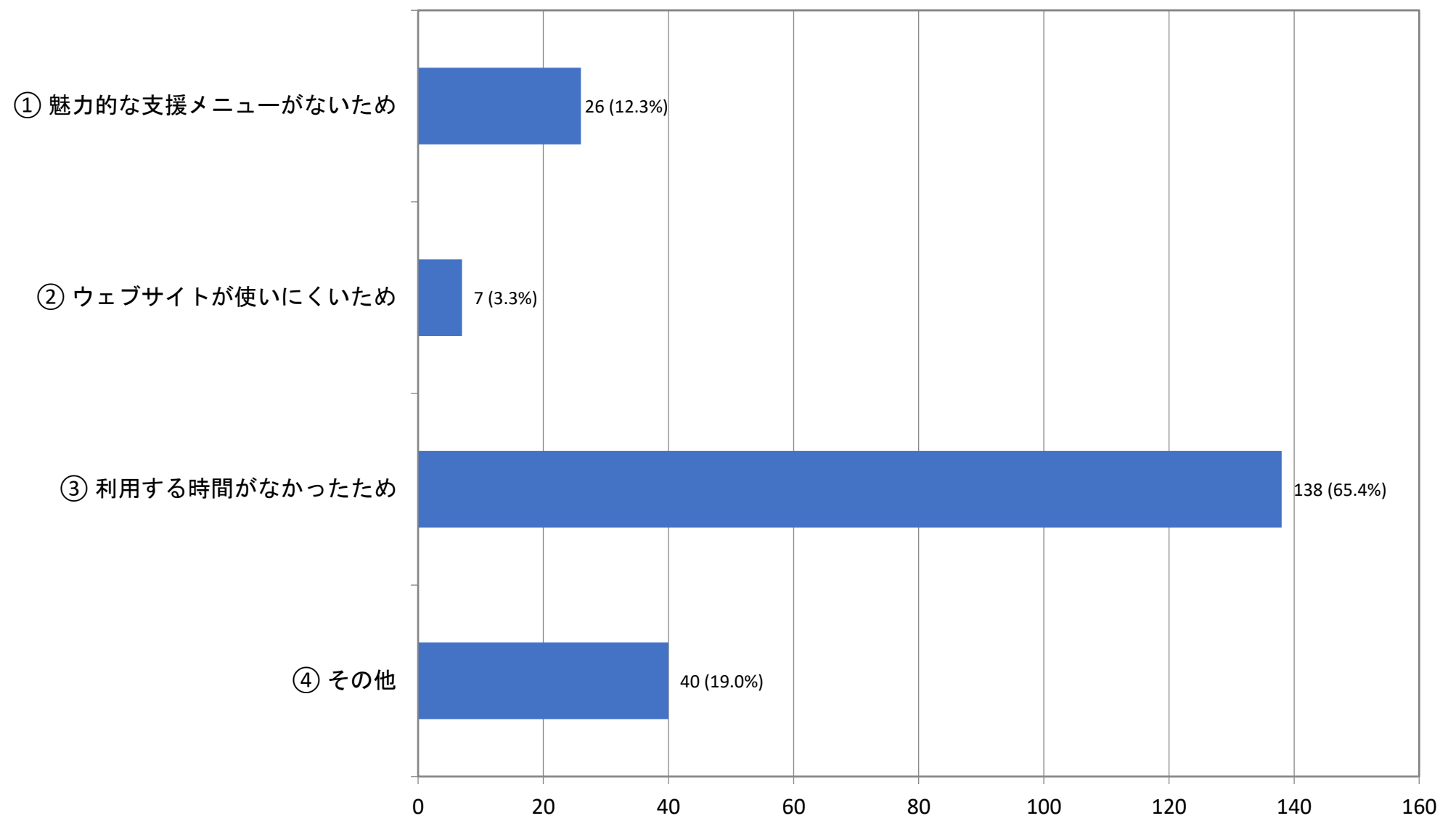
4. Q2で「①はい」と答えた方に質問します。ウェブサイトの満足度を教えてください。

グラフ単位：人



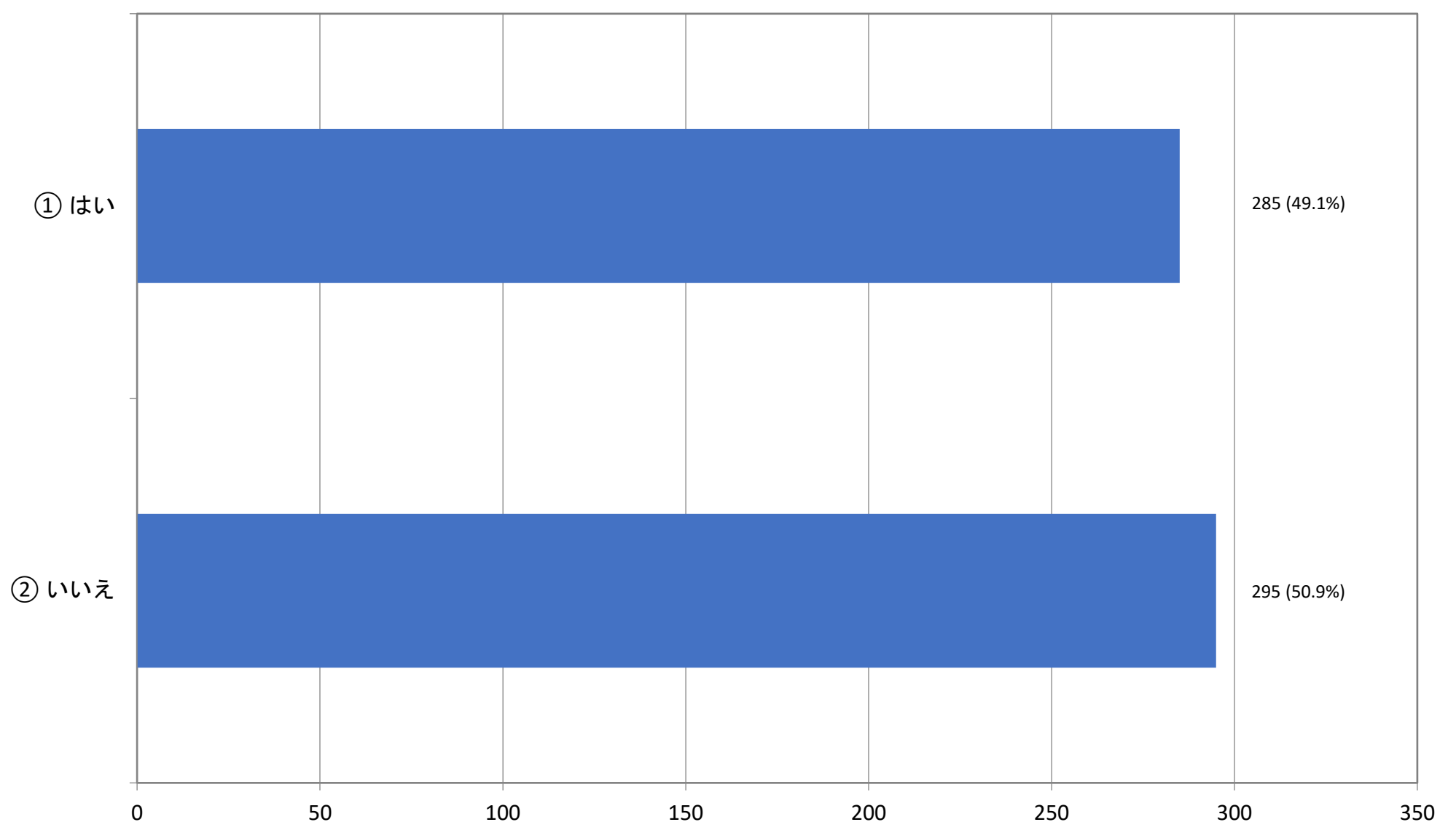
6. Q2で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



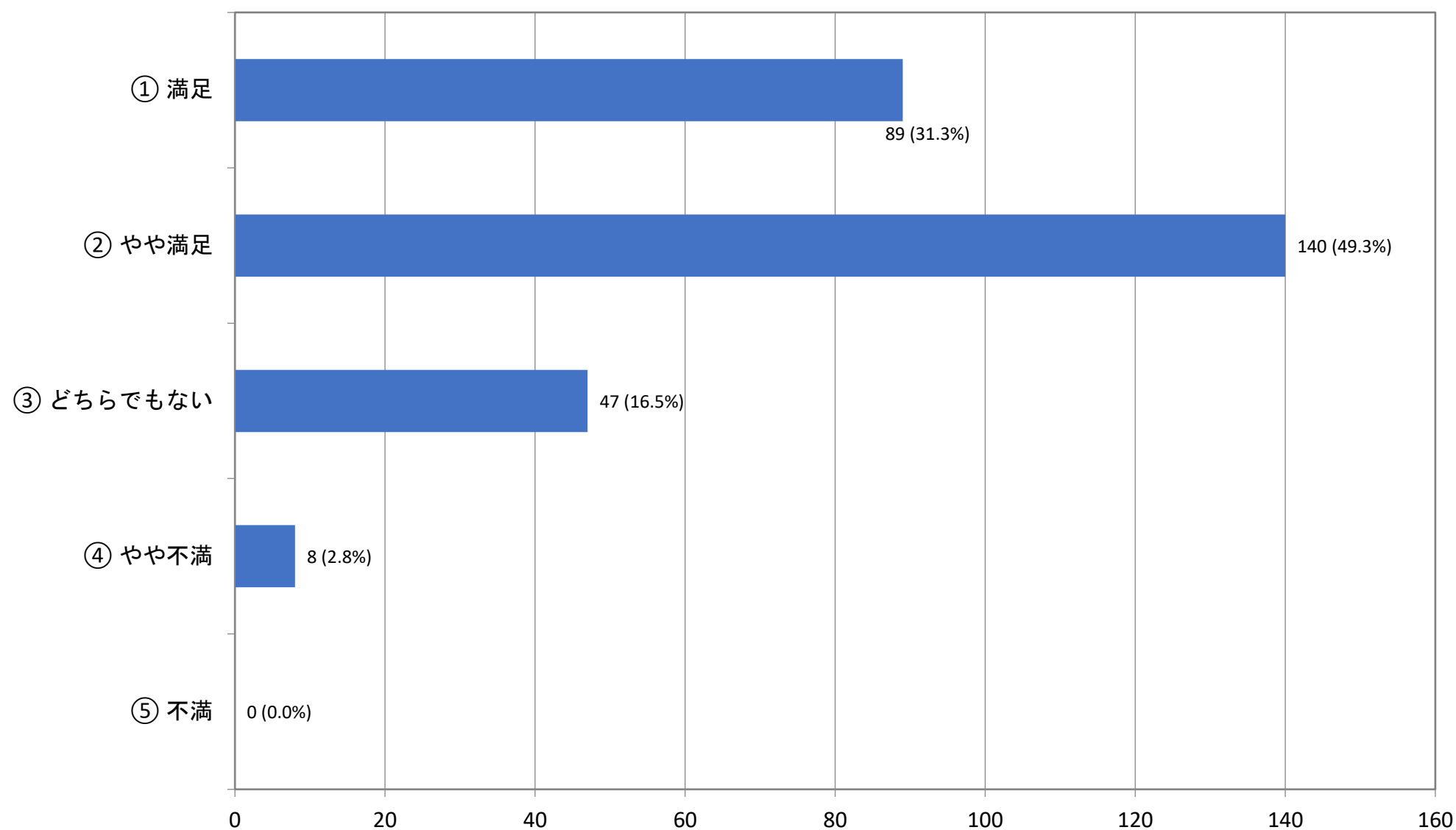
9. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのセミナーを視聴したことはありますか。

グラフ単位：人



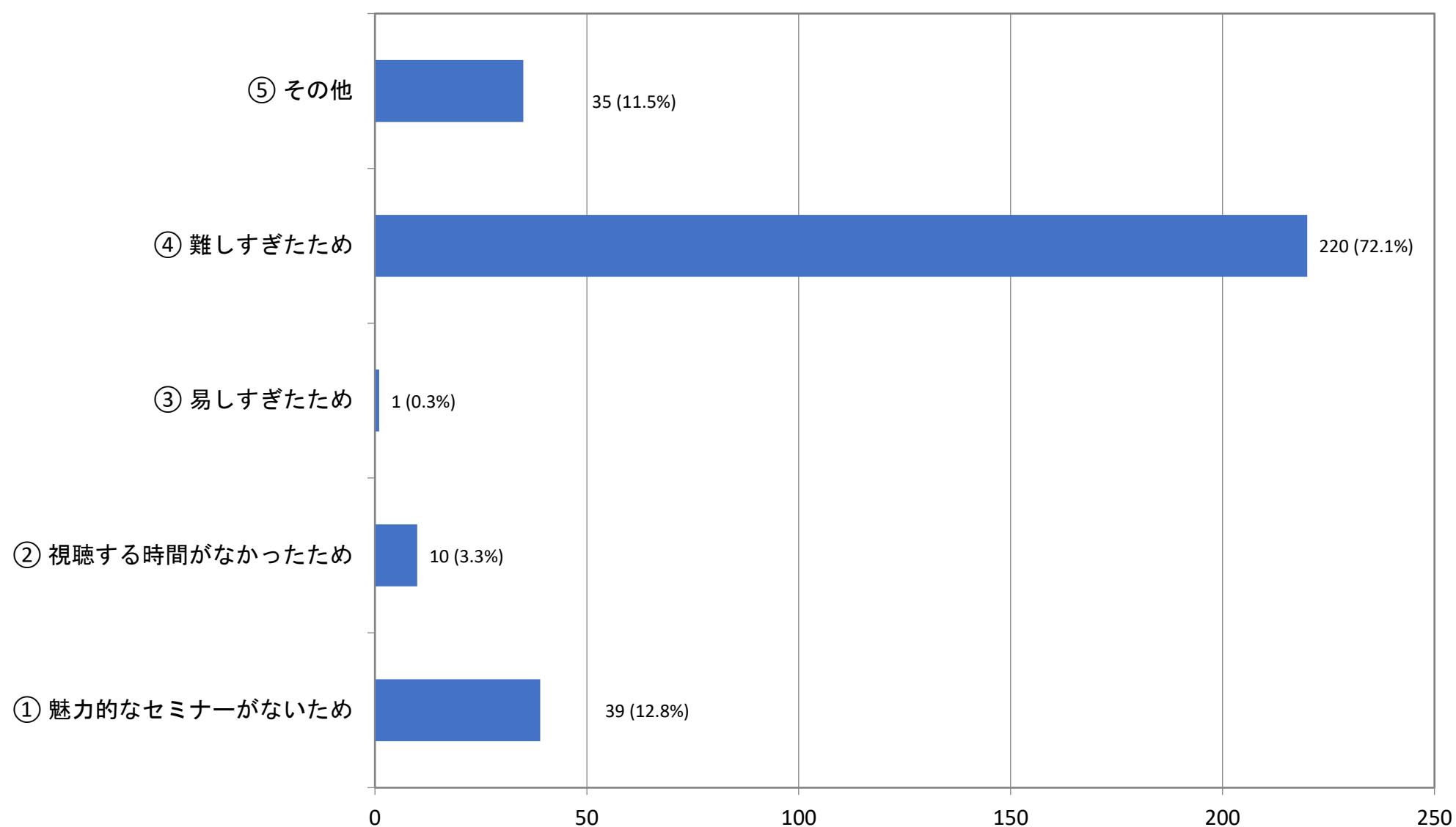
10. Q9で「①はい」と答えた方に質問します。セミナーの満足度を教えてください。

グラフ単位：人



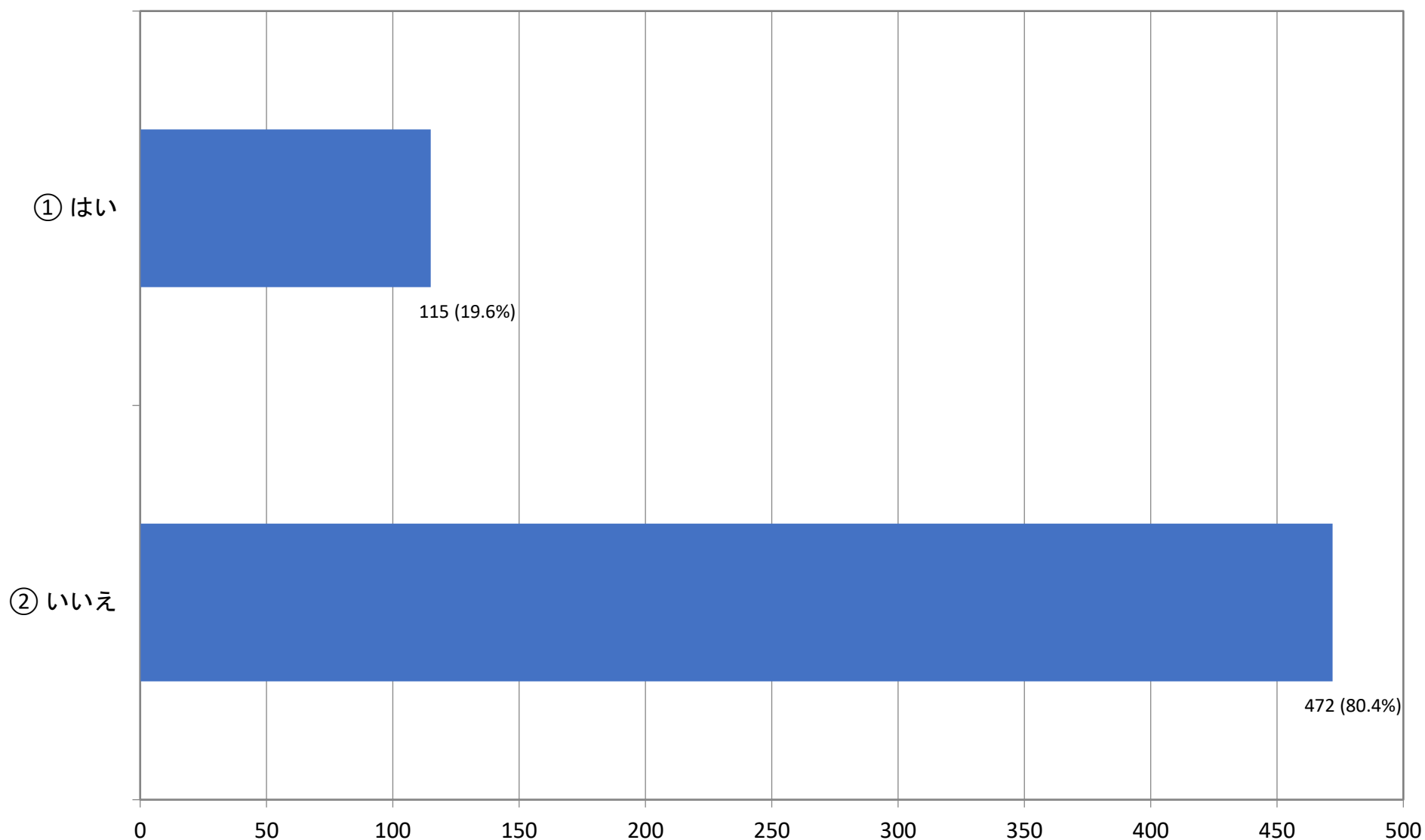
12. Q9で「②いいえ」と答えた方に質問します。視聴されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



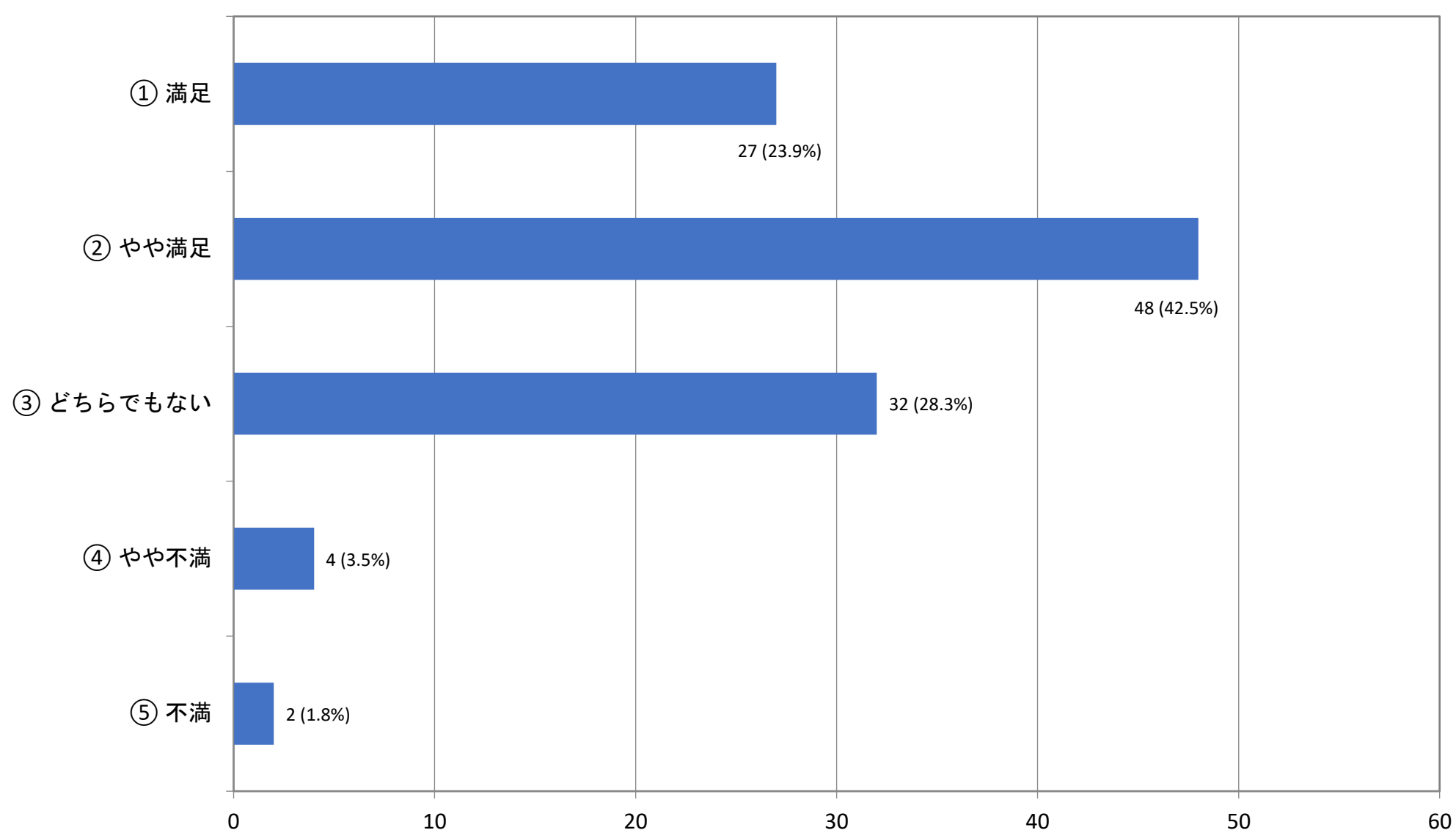
16. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムのサイトからマッチング機能（サイトを通じて気になる登録事業者へ商談会の申し込みを行うことができる機能）を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



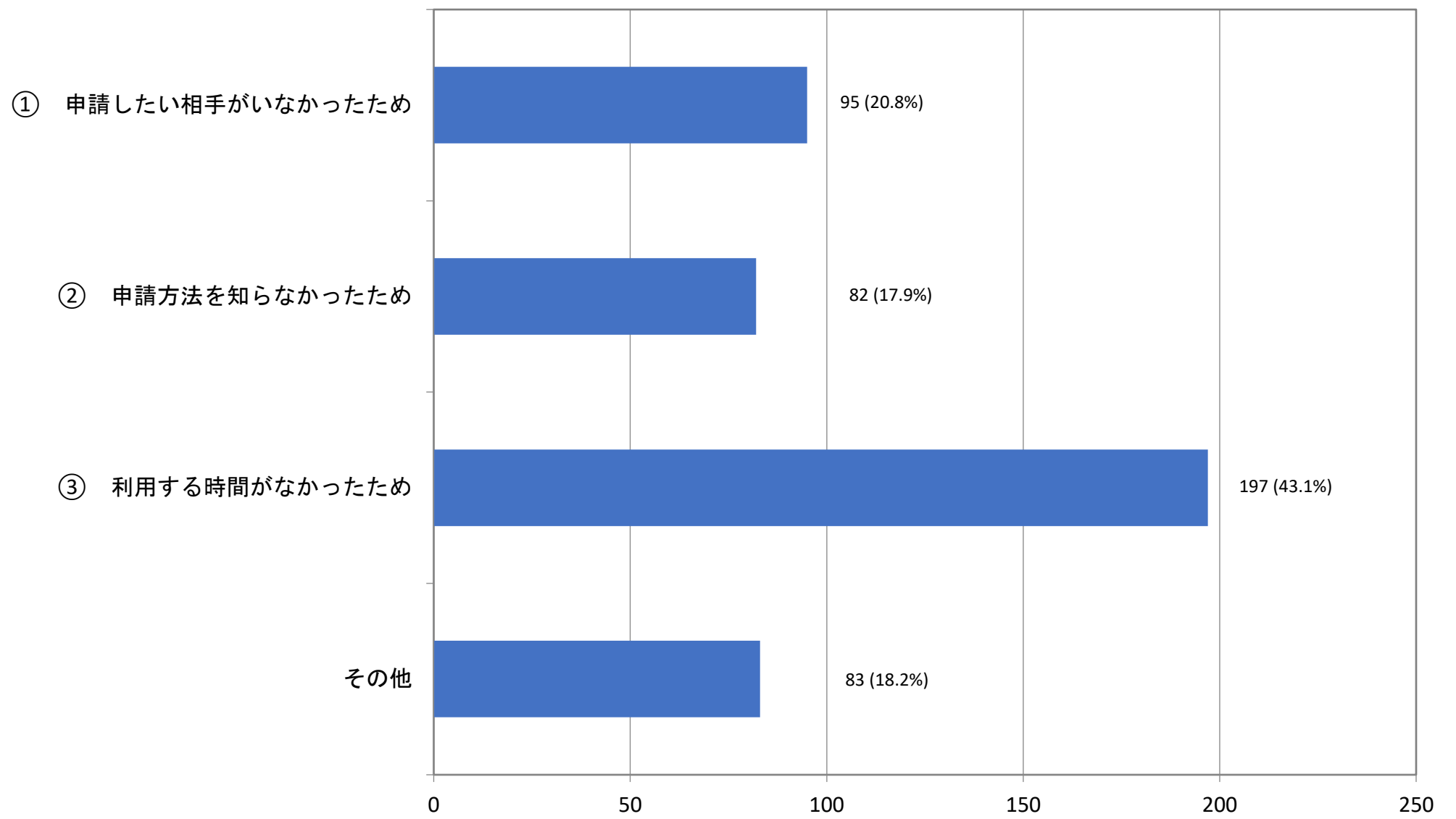
17. Q16で「①はい」と答えた方に質問します。マッチング機能の満足度を教えてください。

グラフ単位：人



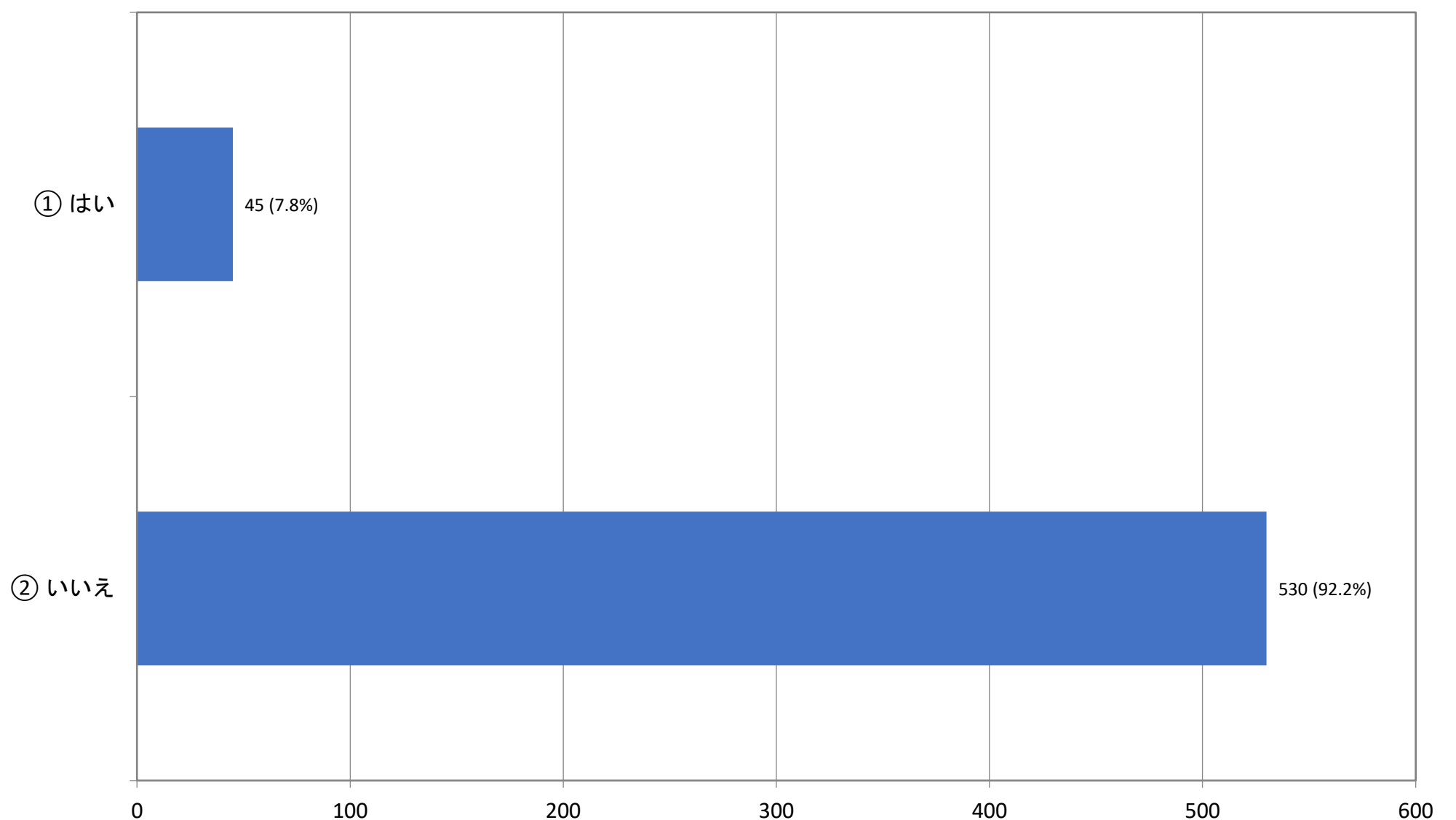
19. Q16で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



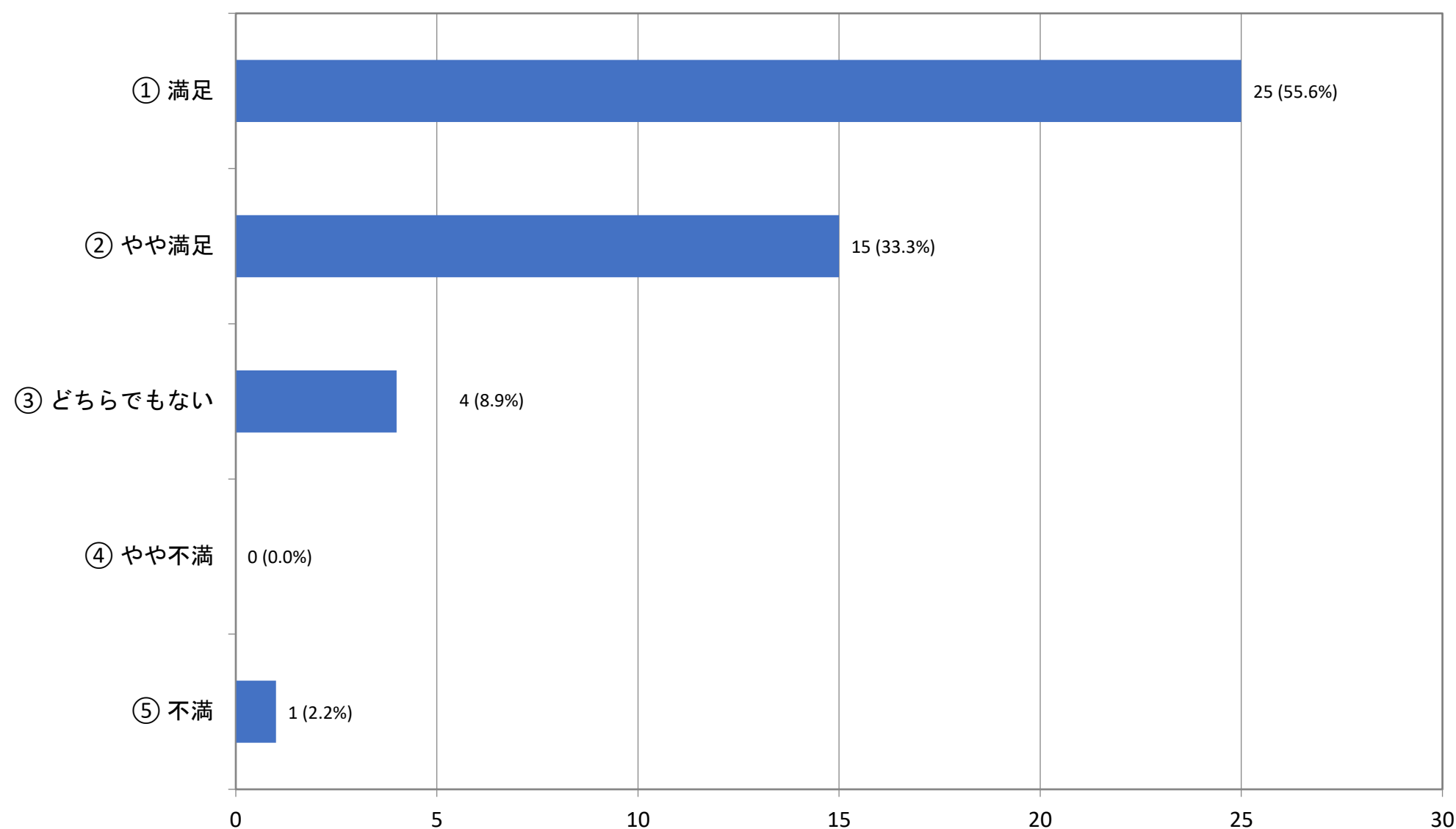
21. 日本産酒類輸出促進コンソーシアムの専門家支援を利用したことはありますか。

グラフ単位：人



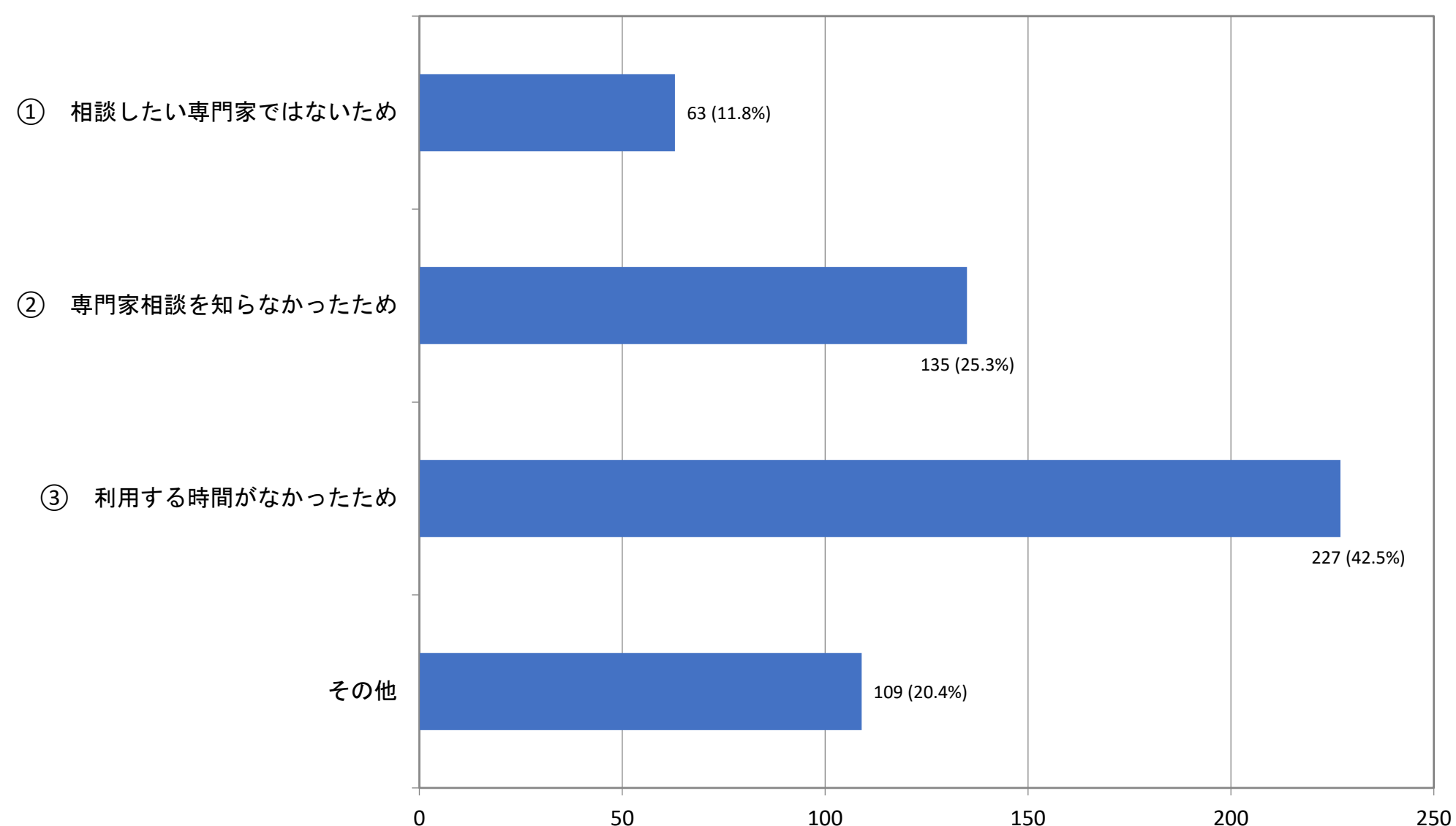
22. Q21で「①はい」と答えた方に質問します。専門家支援の満足度を教えてください。

グラフ単位：人



24. Q21で「②いいえ」と答えた方に質問します。利用されなかった理由を教えてください。

グラフ単位：人



27. 国税庁が実施している酒類輸出コーディネーターが企画した商談会等の対面型商談会やオンライン商談会（以下「国税庁商談会」といいます。）に参加したことはありますか。

グラフ単位：人

