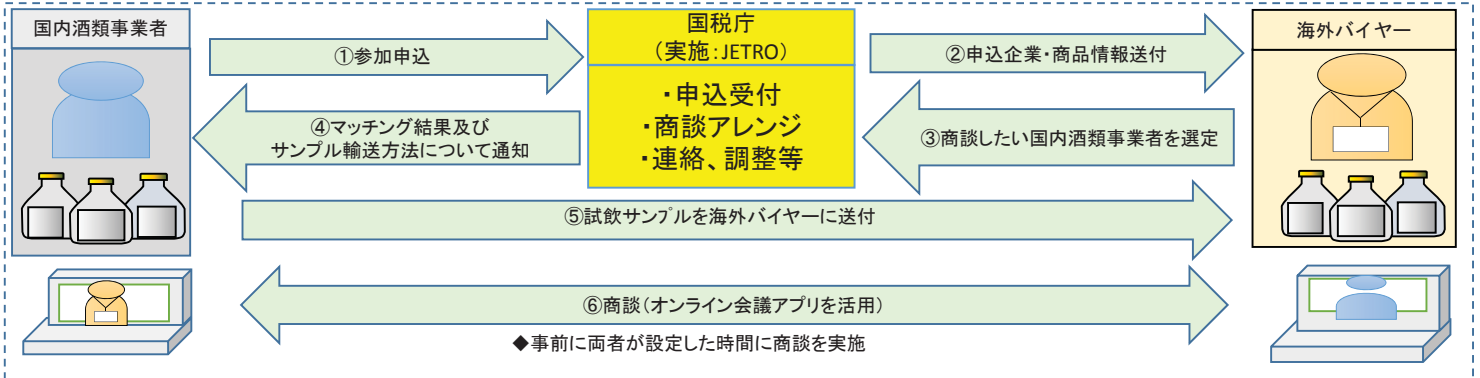


48 海外販路開拓支援事業 オンライン商談会

新型コロナウイルス感染症の影響により、海外バイヤーとの対面による商談実施が困難なため、日本にいながらにして海外バイヤーと商談するオンライン商談会を実施。

(主催：国税庁、実施：日本貿易振興機構 (JETRO))



11カ国・地域において、海外バイヤー約40社、国内酒類事業者350社以上が参加

【オンライン商談実施国】

- ◆ 台湾(令和2年11月～12月)
- ◆ 香港(令和2年10月～令和3年2月)
- ◆ イタリア(令和3年3月)
- ◆ スイス(令和3年3月)
- ◆ ポーランド(令和3年3月)
- ◆ エストニア(令和3年3月)
- ◆ 中国(北京、上海、大連、成都、西安、河北省)(令和3年3月)
- ◆ 米国(アトランタ)(令和3年3月)
- ◆ カナダ(令和3年3月)
- ◆ オーストラリア(令和3年3月)
- ◆ マレーシア(令和3年3月)

(商談イメージ)



49 海外市場調査

海外における日本産酒類の市場調査を実施することで、潜在市場の発掘を含め、海外市場の状況を的確に把握し、国税庁による効果的な輸出促進策の実施に繋げるとともに、調査結果を公表することにより業界全体へ還元し、輸出拡大の取組を支援。

令和2年度 調査対象国・地域

米国※1、カナダ、EU※2、イギリス、中国※3、香港、台湾

- ※1 米国については、全体調査のほか、ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ、ヒューストンを個別調査
 ※2 EUについては、全体調査のほか、国際連合の定める地理区分におけるヨーロッパ州の各地域(全4地域)の区分調査、フランスを個別調査
 ※3 中国については、全体調査のほか、上海、北京、広州、深圳を個別調査

〈選定理由〉

国税庁の支援施策の中心となっている日本酒、焼酎・泡盛業界の要望を踏まえ、日本酒の輸出基本戦略(日本酒輸出協議会)等において定める輸出重点国・地域、潜在成長国・地域及びその他要望国を対象に選定。

調査項目

〈市場調査〉19項目

- ・ 統計データ(人口動態、家計消費状況等)
- ・ 酒類のEC市場規模(酒類別)
- ・ 酒類を取り扱う飲食(小売)店数、日本食を提供している飲食店数等
- ・ 酒類の物流実態(保管倉庫の状況、品質管理体制等)

〈嗜好調査〉5項目

- ・ 日本産酒類の認知度、購入(取扱い)経験等
- ・ 酒類の購入場所(酒類別、年代、性別、所得層)
- ・ 家飲み需要(酒類別、年代、性別、所得層、頻度)

今後の調査実施予定(令和2年度第3次補正予算)

輸出目標の達成のための輸出重点品目ごとの戦略に基づき、引き続きターゲット国の調査を実施するとともに、酒類事業者の販路開拓等のアクションに繋げるよう、令和2年度の調査を更に深掘して実施する。