

酒類輸出アンケート結果の概要

国税庁 課税部 酒税課

平成 29 年6月

目次

■ 調査概要	3
■ 調査結果まとめ	
【清酒】	
【A】. アメリカ合衆国	4 ~ 10
1 現状・実態	5
2 課題	6
3 総括	10
【B】. カナダ	11 ~ 16
1 現状・実態	12
2 課題	13 ~ 16
【C】. 中国	17 ~ 22
1 現状・実態	18
2 課題	19 ~ 22
【D】. 韓国	23 ~ 28
1 現状・実態	24
2 課題	25 ~ 28
【E】. 香港	29 ~ 34
1 現状・実態	30
2 課題	31 ~ 34
【F】. 台湾	35 ~ 40
1 現状・実態	36
2 課題	37 ~ 40

【単式蒸留焼酎】

【G】. アメリカ合衆国 41 ~ 46

1 現状・実態 42

2 課題 43 ~ 46

【I】. 中国 47 ~ 51

1 現状・実態 48

2 課題 49 ~ 51

【K】. 香港 52 ~ 56

1 現状・実態 53

2 課題 54 ~ 56

【L】. 台湾 57 ~ 61

1 現状・実態 58

2 課題 59 ~ 61

※【H】カナダ、【J】韓国に関しては回答サンプル数が僅少であるため不掲載。

調査概要

調査設計

1. 調査目的 : 米国・カナダ・中国・韓国・香港・台湾への輸出酒類に対する製造・流通・販売における諸制度の問題点や輸出成功事例について分析することで、酒類輸出業者が当該国・地域に円滑に酒類を輸出することを補助し、日本産酒類、特に國酒である清酒・焼酎の輸出拡大に繋げることを目的とする。
2. 調査エリア : 全国
3. 調査方法 : 郵送調査
4. 調査対象 : 清酒・単式蒸留焼酎 製造者 / 卸売業者・輸入代理店
5. 調査票配布数 : のべ 792 社
6. 調査票回収数 : のべ 455 社 (回収率 57%)

輸出カテゴリ×輸出相手国・地域	回答者数
【A】清酒－アメリカ合衆国	169人
【B】清酒－カナダ	46人
【C】清酒－中国	63人
【D】清酒－韓国	61人
【E】清酒－香港	76人
【F】清酒－台湾	72人
【G】単式蒸留焼酎－アメリカ合衆国	44人
【H】単式蒸留焼酎－カナダ	8人
【I】単式蒸留焼酎－中国	32人
【J】単式蒸留焼酎－韓国	19人
【K】単式蒸留焼酎－香港	26人
【L】単式蒸留焼酎－台湾	32人
上記いずれも該当なし	126人

} 回答者の重複を含む

7. 調査期間 : アメリカ合衆国・カナダ 2016年2月24日～2016年3月7日
中国・韓国・香港・台湾 2016年12月7日～2017年3月2日



【A】清酒：アメリカ合衆国輸出

【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出相手州

輸出している州については、「カリフォルニア州」68%、「ニューヨーク州」65%の2州がともに高く、以下、「フロリダ州」24%、「ワシントン州」21%、「テキサス州」15%と続いている。輸出年数が、<20年以上>になると、上位2州以外の州への輸出が多いことから、カリフォルニア、ニューヨークから、輸出をはじめ、その後、他州を検討している状況が推測される。

ヒアリングの結果からは、「カリフォルニア州」「ニューヨーク州」は、日本人、日本食レストランが多く、日本のお酒に対するニーズ・認知が既に顕在化しており、市場が大きい。その為、上記2州に進出することが多いが、最近ではメジャーな州では、数多くの銘柄が進出している為、競争が激しく、まだ未開拓なマイナーな州から進出することも検討の予知があるのではないかといった意見もみられた。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」が73%と圧倒的に多く、「直接輸出」は15%。(「直接・間接の両方」は11%) 輸出年数によって、直接輸出が増えるわけではなく、自社の注力領域によって、選択されている傾向があるかもしれない。

ヒアリングの結果からは、ダイレクトに情報が入る直接輸出を進める蔵元も多かったが、輸出年数が長くても、手間のかからない間接輸出を選択し、商品づくりや営業活動に注力している場合もみられ、目的に応じて輸出手法は選ばれていた。また、直接輸出であっても大手以外の場合は、専門の弁護士やインポーターに任せている部分も多く、特に現地の法規制や申請書類に対するノウハウが高いとも一概にはいえないかもしれない。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引をしている業者としては、「貿易商社・輸出代理店」60%、「国内卸売業者」43%、「現地卸売業者」34%、「バイヤー・輸入代理店」33%などが上位で、国内外問わず“卸・代理店”が多くなっている。

輸出年数が長くなるほど「現地バイヤー・輸出代理店」「現地卸売業者」など「現地」との取引が、年数の短いものより増える傾向がみられ、輸出年数が長くなると現地で取引を始めることが推測される。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は75%(非常に注力:37%、やや注力:39%)、“習熟度”は29%(とても高い:5%、やや高い:24%)となっており、どちらも輸出年数の長さ按比例してスコアが高くなっている。

なお、州ごとに傾向をみると、「フロリダ州」「ワシントン州」「テキサス州」に輸出している者は「カリフォルニア州」「ニューヨーク州」に輸出している者に比べ、“注力度”“習熟度”ともに高い傾向にある。

【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

国内・海外(現地)におけるどの取引業者に対しても、6割前後の満足度があった。

不満が多く出たのは、国内より海外(現地)業者に対してで、「現地卸売業者(19%)」「現地小売業者(17%)」「現地バイヤー・輸出代理店(15%)」に対する不満が比較的多い傾向。

現地業者に対する不満内容の自由回答を見ると、「現地卸売業者」に関しては、「自社商品を積極的に売ってくれない」「情報が少ない」「途絶えがち」などが挙がり、「現地小売業者」に関しては、「日本酒の扱い(品質管理)」に関する不満も見られた。

なお、ヒアリングの結果からは、アメリカは他の新興国などと比べ、日本酒の扱いに対する知識と体制が整っており、輸送、保管などの温度管理に関する知識も浸透している業者が多いことが考えられる。その為、他国よりそれらの不満は少ないかもしれない。

■ 取引業者に対する不満理由 (自由回答/抜粋)

● 現地卸売業者

情報について

- ・ 現地で状況がわかりづらい。
- ・ 情報の共有が出来ていない為、効率的な営業が出来ない。

営業姿勢について

- ・ 何度となくセミナー含めプロモーションしたが力が入らない。
- ・ こちらで売らないといけない。
- ・ プライベートブランドがメインのため、自社ブランドが表に出にくい。
- ・ 営業後のフォローアップが少ない(州ごとの卸による)。
- ・ 他社を含め、取扱い銘柄が多く、対応が良くない、遅い。
- ・ 日系の業者は取扱い蔵元数が多いので、中小企業の商品はなかなか売ってくれず、その上いろいろな支援要請が多い。

販売量について

- ・ 注文が途絶えている。(注文が定期的でない)
- ・ 販売量が少ない。
- ・ 販路が限定的である点。
- ・ 輸出数量が増えていない。

● 現地小売業者

- ・ 何度となくセミナー含めプロモーションしたが力が入らない。
- ・ 日本酒の扱い方について(品質管理)。
- ・ 販売量が少ない。

● バイヤー・輸入代理店

- ・ サイトが長い。支払日が不正確。営業や受け入れ(上得意先)の経費が国内より高い。
- ・ プライベートブランドがメインのため、自社ブランドが表に出にくい。
- ・ 現地の実情や希望がわかりにくい。
- ・ 取扱いが多く、対応が良くない、遅い。
- ・ 小さな酒蔵の酒質まで説明しきれない。
- ・ 販売促進が上手にいないと思われる。
- ・ 販路が限定的である点。

【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

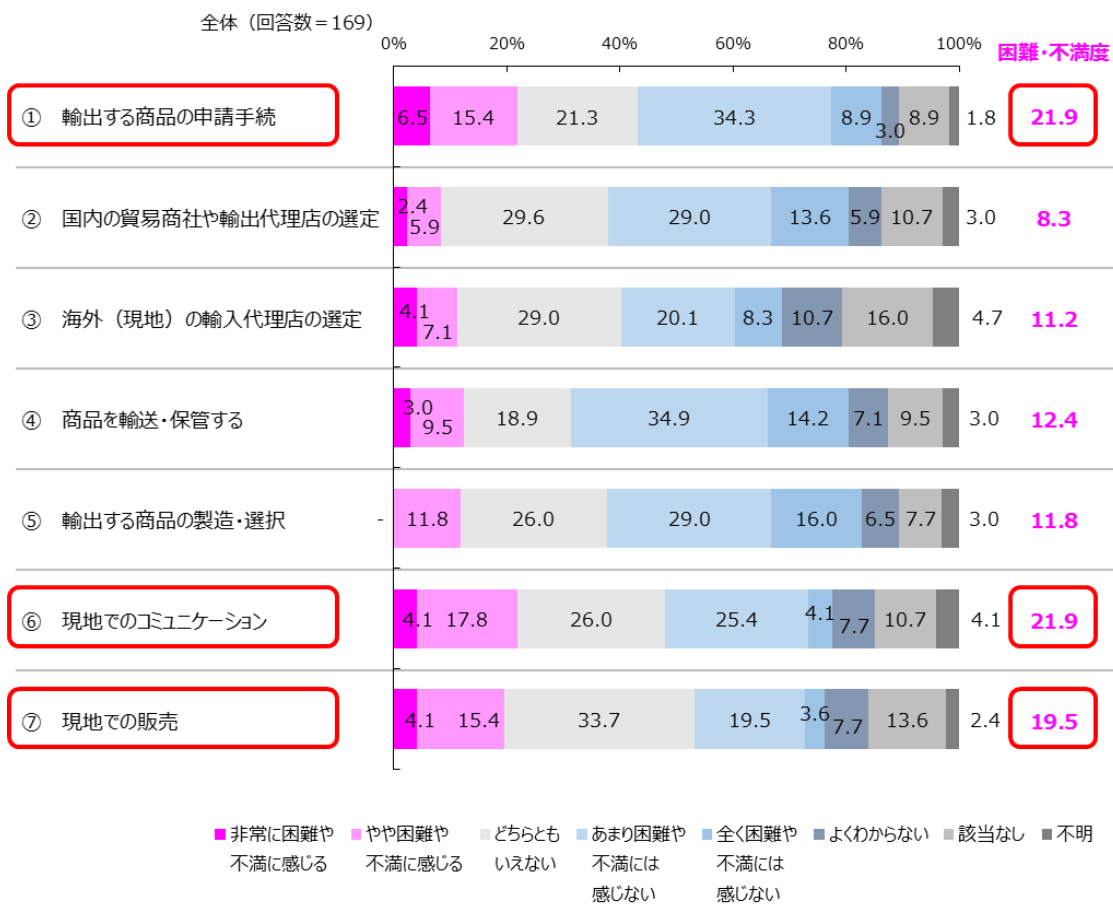
(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、全体では、いずれも“困難や不満には感じない”という回答の方が多数を占めている。

その中で、「①申請手続」「⑥現地でのコミュニケーション」各22%、「⑦現地での販売」20%の3つに対する不満が高い。

属性別に見ると、フロリダ州・ワシントン州・テキサス州に輸出している者や、間接輸出を行っている者において、特に困難さを感じている者が多い模様。

■ 輸出業務の段階別困難・不満度



【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の各段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 22%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」 57%
- 「申請手続の内容が煩雑」 48%
- 「輸出する州によって制度が異なる」 41%

中でも最も多く挙げられていた「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」については、「申請から半年かかってしまうようでは機会損失に繋がってしまう」という自由意見も多く聞かれ、いずれの州に輸出している者でも、この点に大きな不満を感じている様子が窺える。

ヒアリングの結果からは、法規制の変化に関しては、蔵元側1社では、情報把握できないことも多く、複数社で共同で把握できる体制などを望む声がみられた。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … 困難・不満度 8%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「関連する情報の量が少ない」 50%
- 「業者を選ぶにあたって誰に相談したらよいかわからない」
「良い業者を選ぶための専門知識が無い」「関連する情報の入手方法がわかりにくい」
「業者の数が多すぎて選定することが難しい」 各 36%

不満に思っている割合は少ないが、理由としては、“情報不足”がネックとなっている模様。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 11%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」
「関連する情報の量が少ない」 各 50%
- 「言葉や文化の違いが面倒」 41%
- 「交渉や調整に時間がかかる」 36%

不満の割合は少ないが、「現地でどのような売り方をしているのかわからない」といった意見も見られる。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 12%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「品質を保持することが難しい」 61%
- 「輸送にかかる日数が長い」 44%
- 「輸送自体のコストが高い」 35%

【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

輸送、保管に関する不満の割合は少ないが、「品質の保持」の自由回答をみると、「輸送コンテナの温度管理が徹底されていない」「現地での管理にも不安を感じる」といった内容が挙げられる。なお、小口での輸送の問題点については、「コストが高い」という声が多くなっている。

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 12%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「ラベルの記載内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」 36%
- 「原材料・成分によっては輸出できないことがある」 27%
- 「どのような味・種類が現地で好まれるのかがわからない」
「どのようなデザインのラベルが現地で好まれるのかがわからない」 各 18%

また、これに関する自由回答を見ると「ラベル変更に伴うコスト増」「成分を現地規制に合わせるのが困難」といった、制度面に関わる部分に不満を持たれているという回答が散見される。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 22%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「自社に語学に精通している人がいない」 55%
- 「現地の消費者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」 各 32%
- 「現地の消費者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」
「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 各 26%

自由回答の内容によると、「語学」に関しては「勉強不足」であること、「現地への情報提供」に関しては「そもそも現地営業ができていない」といった声が散見される。また、「現地販売者の知識不足」については「現地販売者の日本酒に対する意欲が無い」という意見も挙がる。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 20%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答率

- 「既存銘柄があり、新規参入がしにくい」 30%
- 「現地の販売者側が、消費者向けの販促やイベントの実施に積極的ではない」
「日系店舗以外での取り扱いが少ない」 各 22%

自由回答を見ると、「売れている銘柄に販売が集中する」ことで参入しにくいという声も挙がる。

【A】 清酒のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

3 総括 ※清酒のアメリカのみ回答者が多かった為、総括を作成。

現状・実態

(1) 輸出相手州

「カリフォルニア州」68%、「ニューヨーク州」65%の2州がともに高い。カリフォルニア、ニューヨークから輸出をはじめ、その後、他州を検討している状況が推測される。

※最近ではメジャーな州では、数多くの銘柄が進出している為、競争が激しく、まだ未開拓なマイナーな州から進出することも検討の余地があるのではないかといった意見もみられた。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

「間接輸出」が73%と圧倒的に多く、「直接輸出」は15%。
（「直接・間接の両方」は11%）

※輸出年数によって、直接輸出が増えるわけではなく、自社の注力領域によって、選択されている傾向も推測される。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

「貿易商社・輸出代理店」60%、国内外問わず“卸・代理店”が多い。

課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

国内・海外(現地)におけるどの取引業者に対しても、6割前後の満足度。


※不満内容の自由回答を見ると、「現地卸売業者」に関しては、「自社商品を積極的に売ってくれない」「情報が少ない」「途絶えがち」などが挙げられた。

(2) 輸出業務のボトルネック

「申請手続」「現地でのコミュニケーション」「現地での販売」の段階で困難さを感じている。

困難・不満に感じる具体的な理由

- 申請手続 … 「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」
- 現地でのコミュニケーション … 「自社に語学に精通している人がいない」
- 現地での販売 … 「既存銘柄があり、新規参入がしにくい」



【B】清酒:カナダ輸出

【B】 清酒のカナダ輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出相手州

輸出している州については、「オンタリオ州」54%(25件)、「ブリティッシュ・コロンビア州」41%(19件)が多く、次いで「ケベック州」15%(7件)、「アルバータ州」11%(5件)と続いている。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」52%(24件)が半数を占めており、「直接輸出」は33%(15件)。「直接・間接の両方」は13%(6件)。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引をしている業者としては、「バイヤー・輸入代理店」46%(21件)、「貿易商社・輸出代理店」「現地卸売業者」各39%(18件)、「輸出通関業者」33%(15件)の順に高い。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は67%(31件)(非常に注力:13%(6件)、やや注力:54%(25件))、“習熟度”は26%(12件)(とても高い4%(2件)、やや高い22%(10件))。

なお、州ごとに傾向をみると、「オンタリオ州」に輸出している者は「ケベック州」「ブリティッシュ・コロンビア州」に輸出している者に比べ、“注力度”“習熟度”ともに高い傾向にある。

【B】 清酒のカナダ輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者別の満足度については、各回答母数が少ないため分析が困難ではあるが、不満理由の自由回答を見ると、以下のような意見が挙げられている。

■ 取引業者に対する不満理由（自由回答/抜粋）

● 国内卸売業者

- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。

● 貿易商社・輸出代理店

- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。
- ・ 計数管理、マーケティング知識、市場分析能力の欠如がみられる。
- ・ 現地とのコミュニケーションが上手くいっていないことが多い（伝えたことが現地まで伝わっていないことも多い）。
- ・ 最低ロットを発注できない。
- ・ 輸出ロットが減少してきている為。

● 輸出通関業者（乙仲業者）

- ・ 積極的なセールス姿勢が見られない。

● バイヤー・輸入代理店

- ・ 計数管理、マーケティング知識、市場分析能力の欠如がみられる。
- ・ 知識（専門）が無く、意気込みでスタートしたものの失速し商品が回転しない。
- ・ 直接の取引きではない為、販売価格が高い。
- ・ 展示会に声がかからない。

● 現地卸売業者

- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。
- ・ 思っているより売上げが伸びない。
- ・ 単発的発注。

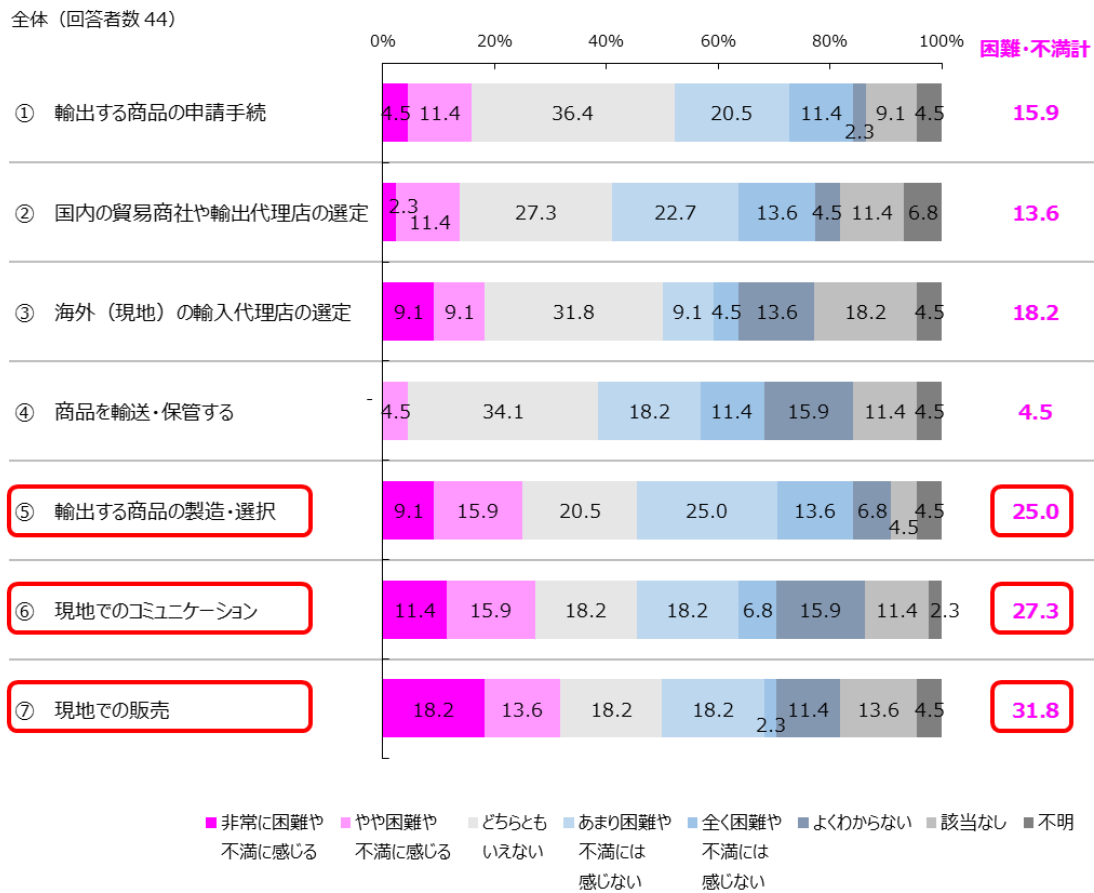
【B】 清酒のカナダ輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、総じて“困難や不満には感じない”という回答が多数を占めている。

その中で、「①申請手続」「⑦現地での販売」各20%(9件)、「④商品の輸送・保管」「⑥現地でのコミュニケーション」各13%(6件)などの不満が高い模様。

■ 輸出業務の段階別困難・不満度



※ 困難・不満計 = 「非常に」 + 「やや困難や不満を感じる」

※ 構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【B】 清酒のカナダ輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の各段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 20%(9件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「申請書類の内容が煩雑」 7件
- 「輸出する州によって制度が異なる」 5件
- 「申請に関する専門知識が無い」
「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」 各3件

自由回答の意見を見ると「国内取引では不要な業務の発生」や「手続きや発送処理が面倒」といった内容が挙げられている。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … (困難・不満回答者なし)

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 4%(2件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「商習慣の違いが面倒」
「輸出する州によって制度が異なる」
「交渉や調整に時間がかかる」
「関連する情報の量が少ない」 各1件

不満の割合は少ないが、「商流を理解するのが難しい」「州制度のアルコール管理体制が厳しい」といった意見も見られる。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 13%(6件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「品質を保持することが難しい」
「輸送にかかる日数が長い」 各3件
- 「輸送途中に商品が破損・紛失することがある」
「手配がしにくいため定期的な輸送ができない」 各1件

「品質の保持」の自由回答をみると、「ワインや焼酎と違って外気温が影響する清酒は品質維持が難しい」といった内容が挙げられている。

【B】 清酒のカナダ輸出 調査結果まとめ

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 11%(5件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「ラベルの記載内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」 3件
- 「適正な価格設定」 2件
- 「どのような味・種類が現地で好まれるのかがわからない」
- 「どのようなデザインのラベルが現地で好まれるのかがわからない」 各1件

不満の割合は少ないが、「ラベルに英語・フランス語の併記が必要で困難」「価格形成の流れがわかりづらく、最終小売価格が高くなってしまう」といった意見も見られる。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 13%(6件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「自社に語学に精通している人がいない」 4件
- 「現地の消費者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」
- 「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 各2件

「語学」の自由回答をみると、「英語の文書が必要以上に難しく感じる」や「人材不足」といった内容が挙げられている。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 20%(9件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- 「売り場での棚の確保が難しい」 3件
- 「現地生産や他国から輸入された廉価品との競争が厳しい」
- 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」
- 「既存銘柄があり、新規参入がしにくい」 各2件

「専売制のため」に棚確保が難しいという自由回答が挙げられている。



【C】清酒：中国輸出

【C】 清酒の中国輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の省や都市

輸出している省や市については、「上海市」78%、「北京市」54%の2つがともに高く、「天津市」22%、「広東省」22%、「四川省」13%と続いている。上位2市の割合が顕著に高いことから、中国における重要な市場であることが分かる。特に、上海市への輸出割合は輸出継続年数に関わらず非常に高く、中国の都市の中では輸出先として最も選ばれている都市である。

一方、「天津市」や「重慶市」においては、輸出継続年数が短いと割合が低く、長いと高いことから、中国への輸出経験が短い企業にからは敬遠気味となっていると考えられる。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」76%が圧倒的に高く、「直接輸出」10%であった。「直接輸出・間接輸出の両方」は8%であった。輸出継続年数が長くなるほど直接輸出の割合が高くなる傾向がある。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者は、「貿易商社・輸出代理店」が68%で最も高く、「国内卸売業者」33%、「バイヤー・輸入代理店」21%、「現地卸売業者」19%で続いている。輸出継続年数が長くなると、「貿易商社・輸出代理店」の割合が低くなり、逆に「現地卸売業者」の割合が高くなっているため、国内業者に頼らずに輸出する流れに移行していると考えられる。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は89%(非常に注力している:54%、やや注力している:35%)で、“習熟度”は49%(とても高い:14%、やや高い:35%)となっている。注力度および習熟度は輸出継続年数が<20年以上>でともに100%となっていることから、継続的に輸出を行うことで企業の重要な業務となり、ノウハウの蓄積が進んでいることが分かる。

【C】 清酒の中国輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者別の満足度については、各回答母数が少ないため分析が困難であるが、不満理由の自由回答を見ると、以下のような意見が挙げられている。

• 貿易商社・輸出代理店

- ・販売の伸び悩み。(現地扱い先の減少)
- ・他業者との取引を嫌がる。(総代理でもないにもかかわらず)
- ・費用が正当なのかどうか不明な点。
- ・売上金額と販路拡大不足。
- ・現地に日本人駐在員がいることで、より詳しい現地情報が入るようになったが、販売力に難あり。

• 現地卸売業者

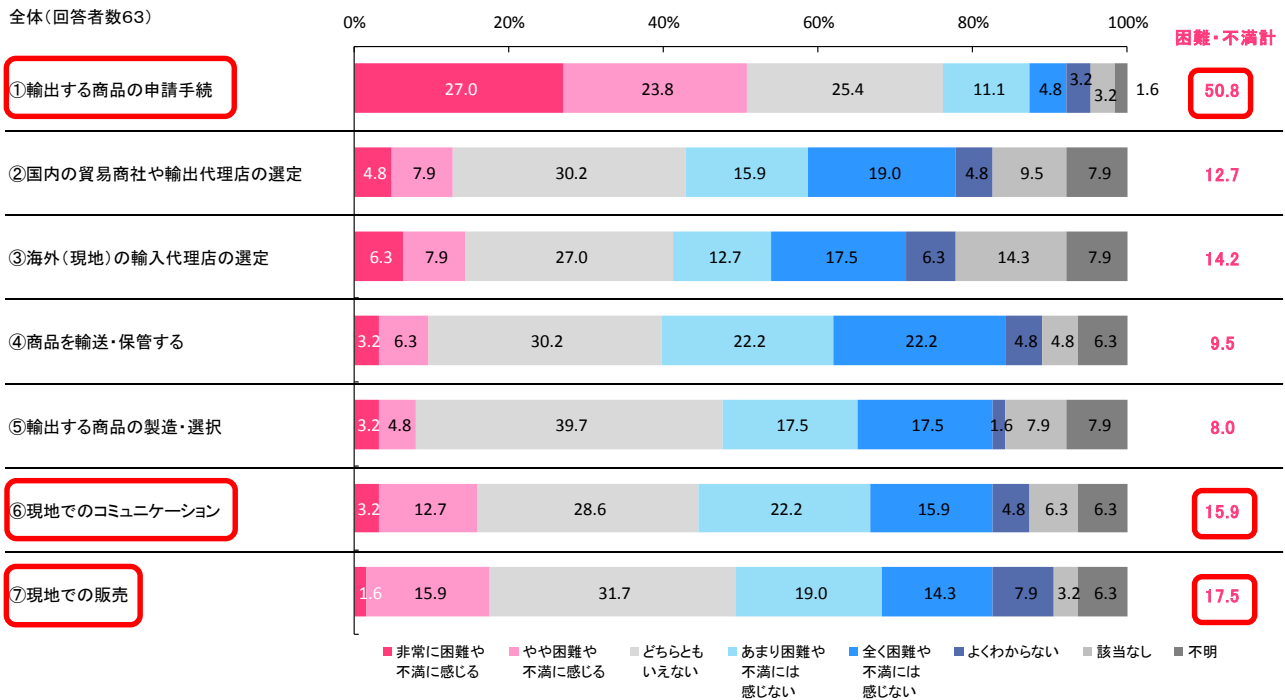
- ・販売量をもっと増やしたい。
- ・売上面での不満。

【C】 清酒の中国輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「①輸出する商品の申請手続」だけが51%と、他の項目に比べて際立って高くなっている。それに続くのは、「⑦現地での販売」18%、「⑥現地でのコミュニケーション」16%、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」14%である。

「①輸出する商品の申請手続」は国内外の制度・法令等に従う必要があるためであり、それ以外の困難・不満度が高い項目は海外(現地)における事項となっている。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」
 ※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【C】 清酒の中国輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 51%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 77%
- － 「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」 39%
- － 「申請にかかる費用が高い」 10%

自由記述とヒアリング調査の内容からは、「相手国の法律や制度に適応するための申請書類や内容表示ラベルへの対応」について意見があり、海外で販売するために避けられない業務であり、対応に苦慮している。また、産地証明や放射性物質検査証明書などの提出が求められている場合もあり、東日本大震災による原発事故も影響している。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … 困難・不満度 13%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」 80%
- － 「業者を選ぶにあたって誰に相談したらいいかわからない」
「関連する情報の入手方法がわかりにくい」 各 40%

自由記述とヒアリング調査からも同様に、信頼できる相手かどうかを見極めることが難しいとの意見がある。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 14%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「言葉や文化の違いが面倒」
「商習慣の違いが面倒」 各 50%
- － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」 33%

自由記述によると、「支払い能力への不安や商習慣や文化の違いに戸惑う」という意見がある。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 10%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「品質を保持することが難しい」
「輸送自体のコストが高い」 各 40%

自由記述によると、「輸送中の品質低下」に関する意見が複数あり、また破損対策についても苦慮している。

【C】 清酒の中国輸出 調査結果まとめ

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 8%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「ラベルの記入内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」
「適正な価格設定」 各 67%
- － 「原料・成分によっては輸出できないことがある」 33%

自由記述によると、「表示ラベルについては相手国のルールに従う必要があること、価格設定については税金や輸送コストを含めると高額になることが避けられないこと」がネックとなっている。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 16%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 78%

自由記述によると、「現地の言葉が話せる人材がいない」だけでなく、「一方的に話をしてくる」などの文化の違いも影響している。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 18%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「売り場での棚の確保が難しい」 56%
- － 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」
「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」
「商談会等の情報がない」 各 33%

自由記述によると、「費用の問題で直接現地に行けないことで、すべてを把握し要望を伝えることができない」との意見がある。



【D】清酒：韓国輸出

【D】 清酒の韓国輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の都市・地域

輸出している都市については、「ソウル市」80%、「釜山市」31%、「京畿道」8%、「仁川市」および「大邱市」はそれぞれ7%と続いている。ソウル市および釜山市以外の都市への輸出の割合は低いことから、当該2都市に向けての輸出が中心となっている。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」が59%で「直接輸出」が20%である。ソウル市や釜山市は全体と同様に間接輸出の割合が高かった。それ以外の都市へは直接輸出の割合が比較的高くなっている。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者は、「貿易商社・輸出代理店」が49%で最も高かった。次いで、「バイヤー・輸入代理店」26%、「国内卸売業者」23%、「現地卸売業者」21%、「輸出通関業者」16%が続いている。

輸出継続年数による各国・地域内業者との取引状況ではあまり差が見られなかったが、年数が長くなるほど現地業者との取引割合が高くなる傾向がある。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は69%(非常に注力している:44%、やや注力している:25%)、“習熟度”は46%(とても高い:13%、やや高い:33%)であった。注力度に関しては、輸出継続年数が20年以上の場合、すべての企業が「非常に注力している」と回答しており、重要な事業であり輸出先となっている。

注力度と習熟度には相関関係が見て取れるため、企業の方針と実務での経験やノウハウの蓄積が比例している。

【D】 清酒の韓国輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、回答数の少ない「船会社」と「輸入通関業者」を除いて、50%～60%程度であり、不満度と比較しても高い。「(国内)貿易商社・輸出代理店」に対する不満度が他の業者と比較してやや高い。

自由記述によると、「売上や販売量が少ない」との意見があり、清酒の市場規模が小さいことを示唆していると思われる。また、「お酒に限らず、生産者から直接購入する文化がある」といった内容も挙がっていることから、価格や品質などの輸出する商品に起因する理由だけではない状況がうかがえる。

• 貿易商社・輸出代理店

- ・在庫の長期滞留があったこと。
- ・販売の伸び悩み。(現地扱い先の減少)
- ・販売量をもっと増やしたい。

• 輸入通関業者 (乙仲業者)

- ・国の商慣習か？お酒に限らず食品含めて、直接生産者より購入傾向。

• バイヤー・輸入代理店

- ・売上金額と販路拡大不足。

• 現地卸売業者

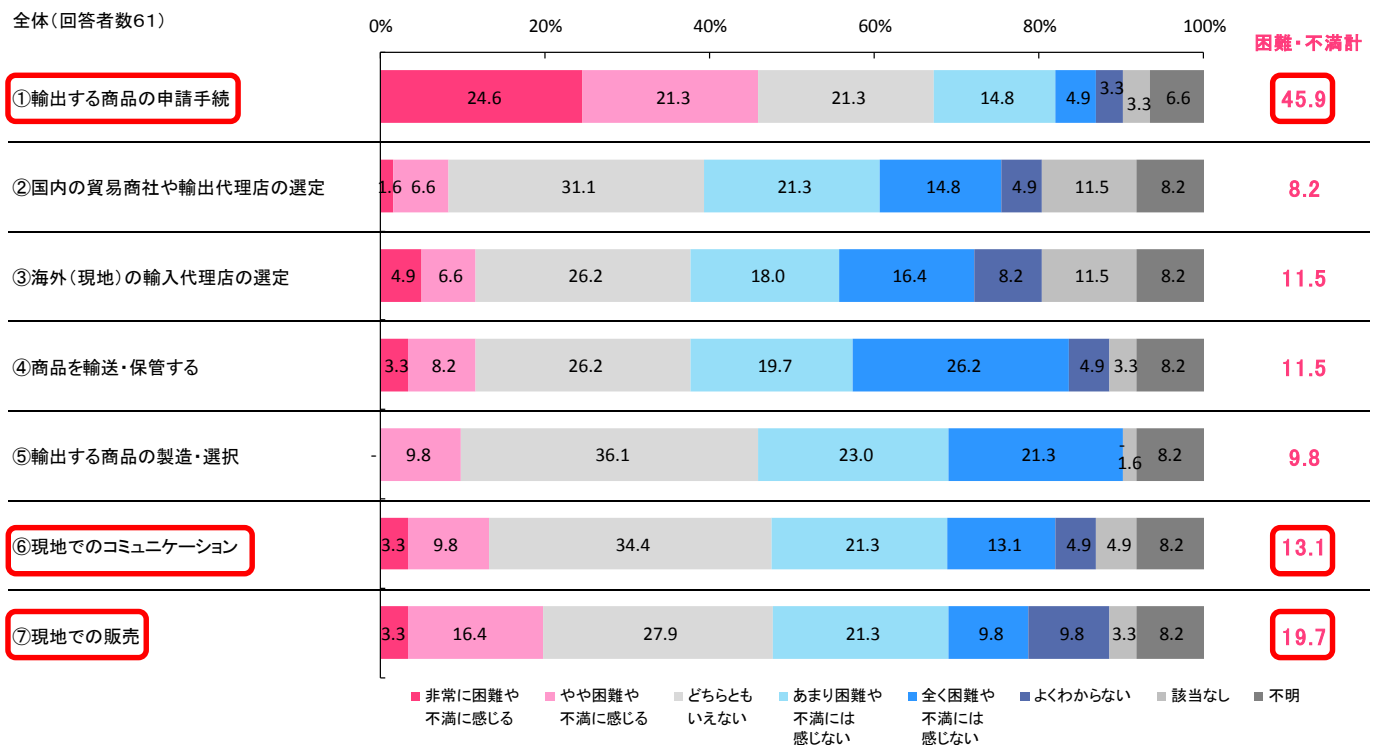
- ・売上面での不満。

【D】 清酒の韓国輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「①輸出する商品の申請手続」だけが46%と、他の項目に比べて突出して高くなっている。それに続くのは、「⑦現地での販売」20%、「⑥現地でのコミュニケーション」13%、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」および「④商品を輸送・保管する」が同率の12%であった。

自由記述によると、「①輸出する商品の申請手続」の理由として、原産地証明の手続きなどの提出書類の準備に関する内容が多数挙がっている。あわせて、近年その煩雑さが増しているとの意見もある。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【D】 清酒の韓国輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 46%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 89%
- － 「申請書類が受理されてから承認までの期間が長い」 35%

自由記述によると、「申請手続き関係で多くの時間が取られ、受注から出荷までの期間が長くなること」が指摘されている。他にも、「国内での証明書発行への不満」に関する内容もある。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … 困難・不満度 8%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「業者の数が多すぎて選定することが難しい」
 - － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」
 - － 「業者を選ぶにあたって誰に相談したらよいかわからない」
 - － 「関連する情報の入手方法がわかりにくい」
 - － 「商談会に参加できる機会が少ない」
- 各 33%

自由記述によると、「現地情報が少なく、また販売力が弱い」との意見が挙がっている。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 12%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「商習慣の違いが面倒」 50%
 - － 「交渉や調整に時間がかかる」
 - － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」
 - － 「関連する情報の量が少ない」
- 各 33%

自由記述によると、「価格面や販売条件で難しい要求がある」ほか、「商談会などの機会も少ない。」との意見が挙がっている。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 12%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「品質を保持することが難しい」
- － 「輸送ロット数が少ないとコストが割高になってしまう」 各 50%
- － 「輸送自体のコストが高い」 25%

自由記述によると、「在庫の滞留があり品質の管理ができていない」との意見が挙がっている。

【D】 清酒の韓国輸出 調査結果まとめ

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 10%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「適正な価格設定」
「ラベルの記入内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」 各 67%

自由記述によると、ラベルの表示内容についての意見があった。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 13%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 100%
- － 「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 43%
- － 「現地の消費者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 各 29%


自由記述によると、言葉の理解と共に、文化や商習慣の違いが、困難な状況を生じさせている様子がうかがえる。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 20%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「現地生産や他国から輸入された廉価品との競争が厳しい」 60%
- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」
「売り場での棚の確保が難しい」 各 30%

自由記述によると、消費者が価格を重視するのに加え、関税などで販売価格が抑えられないことが困難にさせている要因と考えていることが伺える。



【E】清酒：香港輸出

【E】 清酒の香港輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の都市

香港については、各都市を区分して集計していない。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法については、「間接輸出」が62%、「直接輸出」が17%であり、「直接、間接の両方」が8%となっている。輸出継続年数の長さや輸出関連取引業者の違いによる差はほとんど見られない。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者は、「貿易商社・輸入代理店」が57%で最も高かった。そして、「国内卸売業者」28%、「現地卸売業者」26%、「バイヤー・輸入代理店」24%、「輸出通関業者」12%が続いている。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は76%(非常に注力している:49%、やや注力している:28%)、“習熟度”は44%(とても高い:13%、やや高い:30%)であった。注力度に関して、輸出継続年数が10年以上の場合、「非常に注力している」と回答している割合が10年未満に比べて高く、あわせて、直接輸出を行っている企業で「非常に注力している」と回答している割合が高い。

【E】 清酒の香港輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、45%～65%程度であり、各業者に大きな違いは見られない。不満度については「(国内)貿易商社・輸出代理店」19%と「現地卸売業者」15%が他の業者と比較して高い。

自由記述によると、現地のレストラン部門への売り込みが弱いことや販売量の伸び悩み、入金が遅れなどが不満点として挙がっている。

• 国内卸売業者

- ・ 国の商慣習か？お酒に限らず食品含めて、直接生産者より購入傾向。

• 貿易商社・輸出代理店

- ・ 販売の伸び悩み。(現地扱い先の減少)
- ・ 取引メーカーが多く注力に欠ける。現地のレストラン部門が弱い。

• 輸出通関業者 (乙仲業者)

- ・ 情報を握りつぶしたり、正確に伝えない。協力体制が薄い事が不満。(現地代理店には満足している)

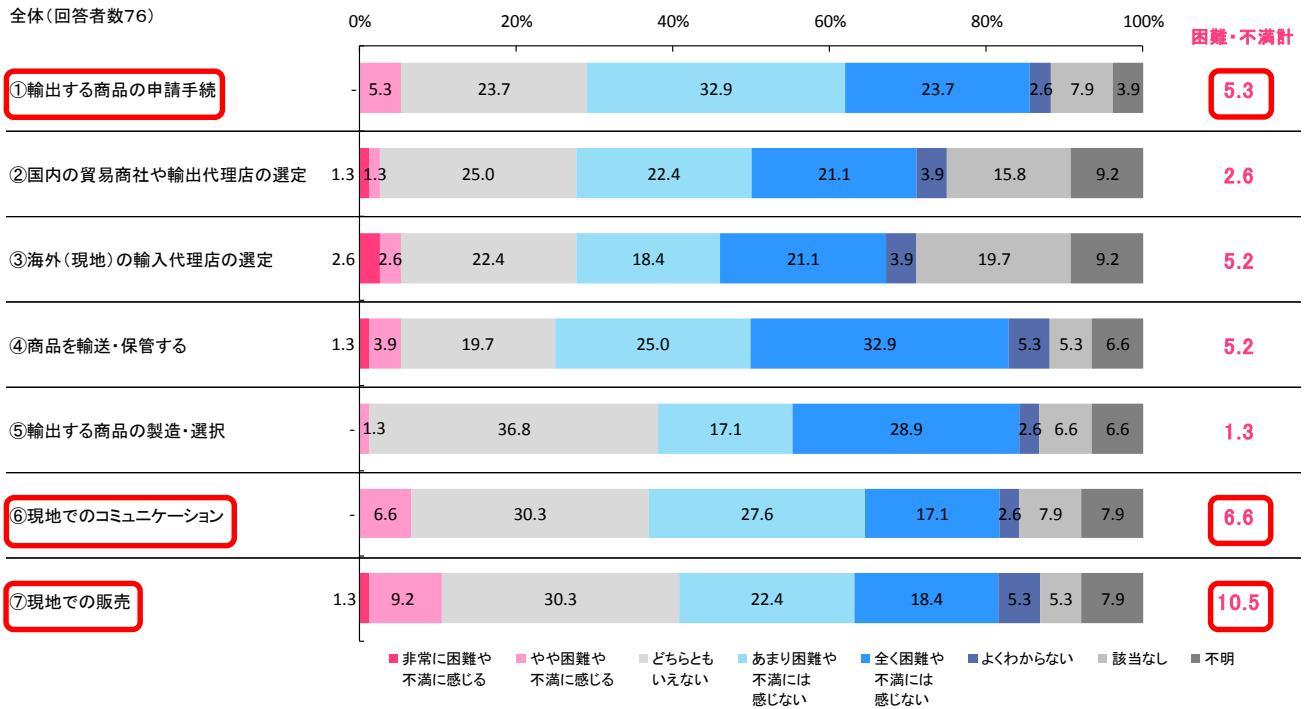
• 現地卸売業者

- ・ 入金が遅れることがある。
- ・ 販売量をもっと増やしたい。

【E】 清酒の香港輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「⑦現地での販売」が11%で最も高く、次いで、「⑥現地でのコミュニケーション」7%、「①輸出する商品の申請手続」、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」、「④商品を輸送・保管する」がそれぞれ5%で続いている。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【E】 清酒の香港輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 5%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続きの内容が煩雑である」 67%
- － 「申請にかかる費用が高い」
「申請に関する専門知識が無い」 各 33%

自由記述によると、原産地証明などの書類作成に時間がかかるなどが挙げられている。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 5%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「輸送ロット数が少ないとコストが割高になってしまう」 50%
- － 「品質を保持することが難しい」
- － 「輸送自体のコストが高い」
「手配がしにくいいため定期的な輸送ができない」 各 25%

自由記述によると、輸送に手間と時間がかかり、現地での売価が他社と競争できなくなるとの意見がある。

⑤ 商品の製造・選択

※ 回答数が少ないため省略する。

【E】 清酒の香港輸出 調査結果まとめ

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 7%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 80%
- － 「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 40%
- － 「現地の消費者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」
「現地の消費者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」 各 20%


自由記述によると、輸出業務前提で人を雇っていないこと、ブランドや酒質の名称が多く存在していて自社の担当者が把握できないなどの意見がある。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 11%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」 75%
- － 「売り場での棚の確保が難しい」 50%
- － 「現地の販売者側が、消費者向けの販促やイベントの実施に積極的でない」
「商談会等の情報が少ない」
「現地生産や他国から輸入された廉価品との競争が激しい」 各 25%

自由記述によると、小売店での扱いが少ない、各小売業者において競合銘柄が多数参入しているとの意見があった。



【F】清酒：台湾輸出

【F】 清酒の台湾輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の都市

輸出している都市については、「台北市」93%、「台中市」25%、「高雄市」22%、「台南市」21%、「新北市」17%となっている。台北市の割合が突出しており、その他の都市はほぼ横並びである。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」が63%で「直接輸出」が21%であり、「間接輸出と直接輸出の両方」が6%である。輸出継続年数や輸出先の都市による傾向の違いは見られない。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者は、「貿易商社・輸出代理店」が46%で最も高かった。次いで、「国内卸売業者」と「バイヤー・輸入代理店」がともに29%、「現地卸売業者」24%、「輸出通関業者」14%が続いている。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は78%(非常に注力している:40%、やや注力している:38%)、“習熟度”は42%(とても高い:13%、やや高い:29%)であった。注力度に関して、輸出継続年数が長くなるほど、「非常に注力している」と回答している割合が高くなっている。また、直接輸出を行っている企業で「非常に注力している」と回答している割合が高い。

注力度と習熟度には相関関係が見て取れ、企業の方針と実務での経験やノウハウの蓄積状況が比例している。

【F】 清酒の台湾輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、回答数の少ない「酒蔵・酒造メーカー」、「船会社」、「輸入通関業者」を除くと、「現地小売業者」が71%で最も高い。また、「国内卸売業者」と「(国内)貿易商社・輸出代理店」に対する不満度が他の業者に比べて高い傾向にある。

自由記述によると、販売量が伸びないことや、通関などに関して情報が開示されず時間がかかることへの不満がある。

• 貿易商社・輸出代理店

- ・ 販売の伸び悩み。(現地扱い先の減少)
- ・ 販売量をもっと増やしたい。

• バイヤー・輸入代理店

- ・ 情報が全く開示されない。通関に時間がかかり過ぎている。
- ・ 売上金額と販路拡大不足。

• 現地卸売業者

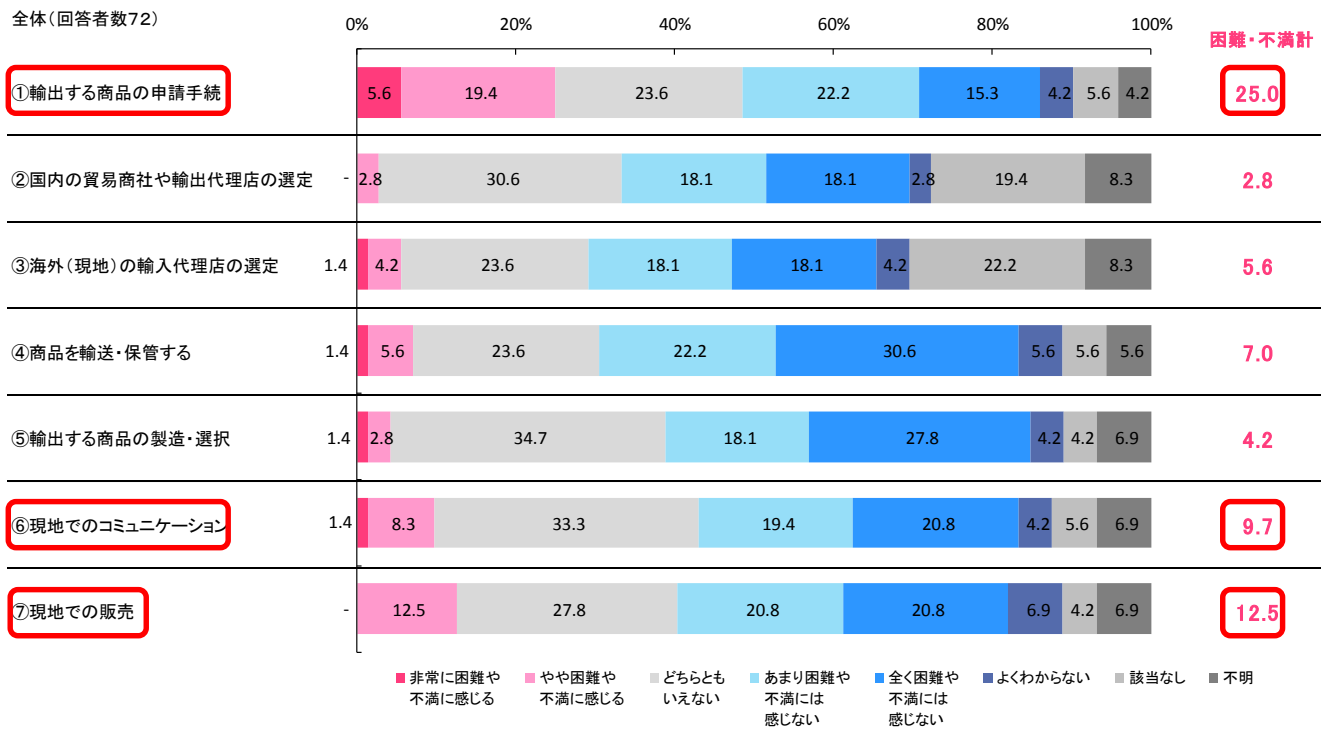
- ・ 売上面での不満。

【F】 清酒の台湾輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「①輸出する商品の申請手続き」だけが25%と、他の項目に比べて高くなっている。それに続くのは、「⑦現地での販売」13%、「⑥現地でのコミュニケーション」10%、「④商品を輸送・保管する」7%、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」6%である。

自由記述によると、「①輸出する商品の申請手続き」の理由として、重複する書類が多いことや原料や商品の分析検査に関する時間や費用の負担についての意見が挙げられている。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【F】 清酒の台湾輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 25%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 81%
- － 「申請にかかる費用が高い」 31%

自由記述によると、「提出書類の多さ」、「提出書類の準備にかかる費用や手間」についての不満がある。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … 困難・不満度 3%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」 80%
- － 「業者を選ぶにあたって誰に相談したらよいかわからない」
「関連する情報の入手方法がわかりにくい」 各 40%

自由記述によると、「取引業者に販売力があるかわからない」や「販売力が弱く売れるまでに時間がかかる」との意見がある。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 7%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「輸送ロット数が少ないとコストが割高になってしまう」 75%
- － 「輸送自体のコストが高い」 50%
- － 「品質を保持することが難しい」 25%

自由記述によると、「輸送コストが高く現地での販売価格に競争力がなくなる」、「要冷蔵品の輸送方法が整備されていない」との意見がある。

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 4%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「ラベルの記入内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」 100%
- － 「適正な価格設定」 67%

自由記述によると、「指定されたラベルの作成への費用負担」、「表示についての法的知識が足りない」などの意見がある。

【F】 清酒の台湾輸出 調査結果まとめ

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 10%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 100%
- － 「現地の消費者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 50%
- － 「現地の消費者に対しての「清酒」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者の「清酒」に対する知識・理解が不足している」 各 25%

自由記述によると、「現地での英語でのコミュニケーションができない」などの意見がある。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 13%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」 50%
- － 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」
「商品の海外向けPRポイントがわからない」 各 33%

自由記述によると、「現地生産された商品や既存商品が根強く、価格競争が激しいことによる売り上げ拡大が困難」との意見がある。



【G】単式蒸留焼酎：アメリカ合衆国輸出

【G】 単式蒸留焼酎のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出相手州

輸出している州については、「カリフォルニア州」66%(29件)、「ニューヨーク州」64%(28件)、がともに多くなっており、以下、「ワシントン州」18%(8件)、「フロリダ州」14%(6件)、「テキサス州」9%(4件)と続いている。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」が84%(37件)と圧倒的に多く、「直接輸出」は11%(5件)。(「直接・間接の両方」は5%(2件))

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引をしている業者としては、「貿易商社・輸出代理店」75%(33件)が目立っており、その他では「現地卸売業者」36%(16件)、「国内卸売業者」27%(12件)、「バイヤー・輸入代理店」25%(11件)が上位で続いている。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は71%(31件)(非常に注力:25%(11件)、やや注力:46%(20件))、“習熟度”は21%(9件)(とても高い5%(2件)、やや高い16%(7件))。

【G】 単式蒸留焼酎のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者別の満足度については、各回答母数が少ないため分析が困難ではあるが、不満理由の自由回答を見ると、以下のような意見が挙げられている。

■ 取引業者に対する不満理由（自由回答/抜粋）

● 国内卸売業者

- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。

● 貿易商社・輸出代理店

- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。
- ・ 計数管理、マーケティング知識、市場分析能力の欠如がみられる。
- ・ 現地とのコミュニケーションが上手くいっていないことが多い（伝えたことが現地まで伝わっていないことも多い）。
- ・ 最低ロットを発注できない。
- ・ 輸出ロットが減少してきている為。

● 輸出通関業者（乙仲業者）

- ・ 積極的なセールス姿勢が見られない。

● バイヤー・輸入代理店

- ・ 計数管理、マーケティング知識、市場分析能力の欠如がみられる。
- ・ 知識（専門）が無く、意気込みでスタートしたものの失速し商品が回転しない。
- ・ 直接の取引きではない為、販売価格が高い。
- ・ 展示会に声がかからない。

● 現地卸売業者

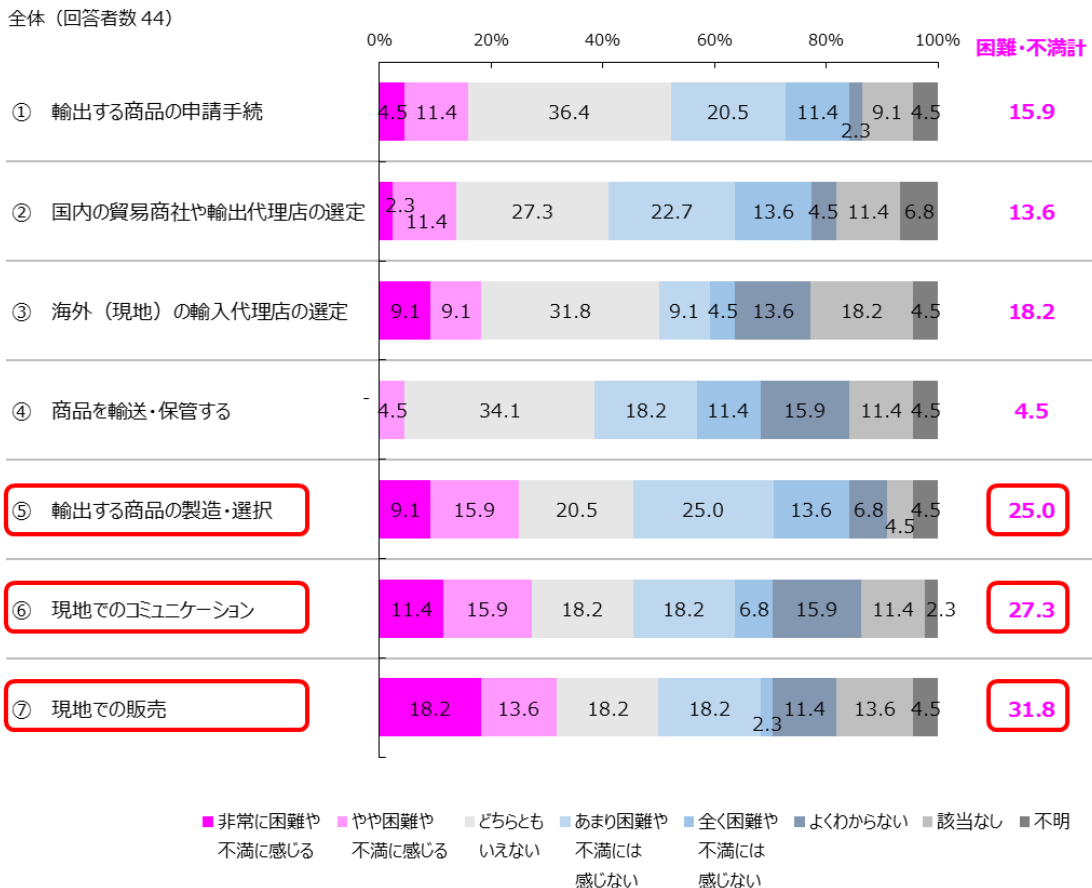
- ・ 会社規模によって対応があきらかに異なる。
- ・ 思っているより売上げが伸びない。
- ・ 単発的発注。

【G】 単式蒸留焼酎のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「⑦現地での販売」32%(14件)、「⑥現地でのコミュニケーション」27%(12件)、「⑤商品の製造・選択」25%(11件)の3つが高くなっており、特に1-2位の“現地”に対しては、困難や不満に感じていないと回答した者よりもスコアが高くなっている。

■ 輸出業務の段階別困難・不満度



※ 困難・不満計 = 「非常に」 + 「やや困難や不満を感じる」
 ※ 構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【G】 単式蒸留焼酎のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の各段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 16%(7件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 6件
- － 「輸出する州によって制度が異なる」 4件

自由回答の意見を見ると「内容の煩雑さ」については「必要な手順や関連機関について整理された情報が無い」、「州によって制度が異なる」については「カリフォルニア州での soju の問題」などが挙げられている。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定 … 困難・不満度 14%(6件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「業者の数が多すぎて選定することが難しい」 5件
- － 「関連する情報の量が少ない」 3件
- － 「商談会に参加できる機会が少ない」
「関連する情報の入手方法がわかりにくい」 各2件

自由回答では「業者ごとの得意・不得意分野を見極めるのが難しい」といった内容が挙げられている。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 18%(8件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「関連する情報の量が少ない」
「交渉や調整にコストがかかる」 各3件
- － 「関連する情報の入手方法がわかりにくい」
「商談会に参加できる機会が少ない」
「輸出する州によって制度が異なる」 各2件

自由回答に関しては、「相手先・現地の情報がない」といった意見も見られる。

④ 商品の輸送・保管 … 困難・不満度 5%(2件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「輸送ロット数が少ないとコストが割高になる」
「手配がしにくいため定期的な輸送ができない」
「輸送にかかる日数が長い」 各2件

輸送、保管に関する不満の割合は少ないが、自由回答をみると、「1社でコンテナ輸送できるほどのロット数がない」といった内容が挙げられる。

【G】 単式蒸留焼酎のアメリカ合衆国輸出 調査結果まとめ

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 25%(11件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「ラベルの記載内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」
「アルコール度数によっては取扱い先が少なくなる」 各 7 件
- － 「どのような味・種類が現地で好まれるのかがわからない」 5 件

また、これに関する自由回答を見ると「ラベルの記載」については「soju と表記しなければならない」が、「アルコール度数」については「24 度以下にしなければならない」といった、現地の制度面に関する点に不満を持たれている様子。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 27%(12件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「自社に語学に精通している人がいない」
「現地の消費者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」 各 6 件
- － 「現地の消費者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
「現地の販売者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」 各 4 件

自由回答の内容によると、「語学」に関しては「勉強不足」、「現地への情報提供」に関しては「現地代理店とのコミュニケーション不足」といった声が散見される。

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 32%(14件)

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満回答者における回答件数

- － 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」 9 件
- － 「売り場での棚の確保が難しい」
「現地生産や他国から輸入された廉価品との競争が厳しい」 各 4 件

自由回答を見ると、「アメリカにおいて焼酎のマーケットが広がっていない」ということが大きな課題である様子が窺える。



【I】单式蒸留烧酎：中国輸出

I 単式蒸留焼酎の中国輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の省や都市

輸出している省や都市については、「上海市」88% (28 件)、「北京市」53% (17 件)、「天津市」28% (9 件)、「広東市」と「四川省」がともに 16% (5 件)である。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」69% (22 件)が多数を占めており、「直接輸出」6% (2 件)、「間接輸出と直接輸出」16% (5 件)である。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者としては、「貿易商社・輸出代理店」59% (19 件)、「国内卸売業者」44% (14 件)、「現地卸売業者」34% (11 件)、「酒蔵・酒造メーカー」、「輸出通関業者」および「バイヤー・輸入代理店」がそれぞれ 16% (5 件)である。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は 66% (21 件) (非常に注力している: 22% (7 件)、やや注力している: 44% (14 件))、“習熟度”は 31% (10 件) (とても高い: 9% (3 件)、やや高い: 22% (7 件))であった。注力度・習熟度ともに、輸出継続年数や輸出先の省や都市による違いは見られない。

[I] 単式蒸留焼酎の中国輸出 調査結果まとめ

2 課題

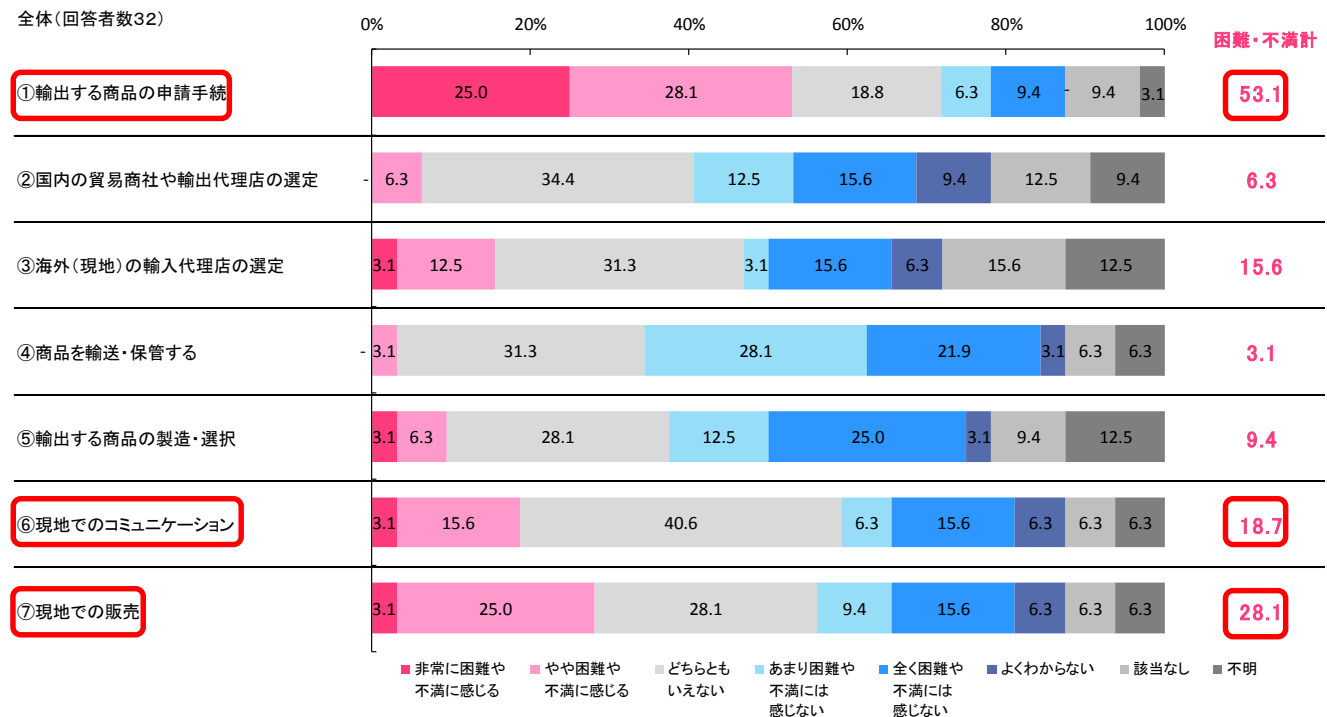
(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、各回答母数が少なく分析が困難であるため省略する。
回答内容についても省略する。

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「①輸出する商品の申請手続」だけが53%と過半数を超え、他の項目に比べて非常に高い。それに続くのは、「⑦現地での販売」28%、「⑥現地でのコミュニケーション」19%、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」16%である。

自由記述によると、「①輸出する商品の申請手続」の理由として、原産地証明の手続きなどの提出書類の準備に関する内容が多数挙がっている。現地の模倣品の取り締まりについても不満の意見がある。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

[I] 単式蒸留焼酎の中国輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

①申請手続 … 困難・不満度 53%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 12件
- － 「申請にかかる費用が高い」 6件
- － 「申請書類が受理されてから承認されるまでの期間が長い」 5件

自由記述によると、「輸出国に提出する書類が多く手間がかかっており、その一部を国内で発行する際も担当機関の対応が悪い」との回答が挙げられている。

②国内の貿易商社や輸出代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

③海外(現地)の輸入代理店の選定 … 困難・不満度 16%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「良い業者を選ぶための専門知識が無い」
「言葉や文化の違いが面倒」 各3件

自由記述によると、「現地でのその業者の評価がわからない」との意見がある。

④商品の輸送・保管

※ 回答数が少ないため省略する。

⑤商品の製造・選択

※ 回答数が少ないため省略する。

⑥現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 19%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 5件
- － 「現地の消費者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
「現地の消費者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
「現地の販売者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」 各4件

自由記述によると、「現地の言葉話せる人材がいないこと」、「通関ルールが不明瞭で追加資料などの提出の必要がある」などの意見がある。

【I】 単式蒸留焼酎の中国輸出 調査結果まとめ

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 28%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」 6件
- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」 3件
- － 「売り場での棚の確保が難しい」
「現地の販売者側が消費者向けの販促やイベントの実施に積極的ではない」 各2件

自由記述によると、「認知度が低いとともに市場が形成されていない状況で、日系の店舗に限って取り扱われている」などの意見がある。



【K】单式蒸馏烧酎：香港輸出

【K】 単式蒸留焼酎の香港輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の都市

香港については、各都市を区分して集計していない。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」56%(18件)が多数を占めており、「直接輸出」19%(6件)、「間接輸出と直接輸出」9%(3件)である。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者としては、「貿易商社・輸出代理店」50%(16件)、「国内卸売業者」41%(13件)、「現地卸売業者」28%(9件)、「現地小売業者」19%(6件)、「バイヤー・輸入代理店」が17%(5件)である。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は59%(19件)(非常に注力している:31%(10件)、やや注力している:28%(9件))、“習熟度”は44%(14件)(とても高い:13%(4件)、やや高い:31%(10件))であった。注力度・習熟度ともに、輸出継続年数による違いは見られない。

【K】 単式蒸留焼酎の香港輸出 調査結果まとめ

2 課題

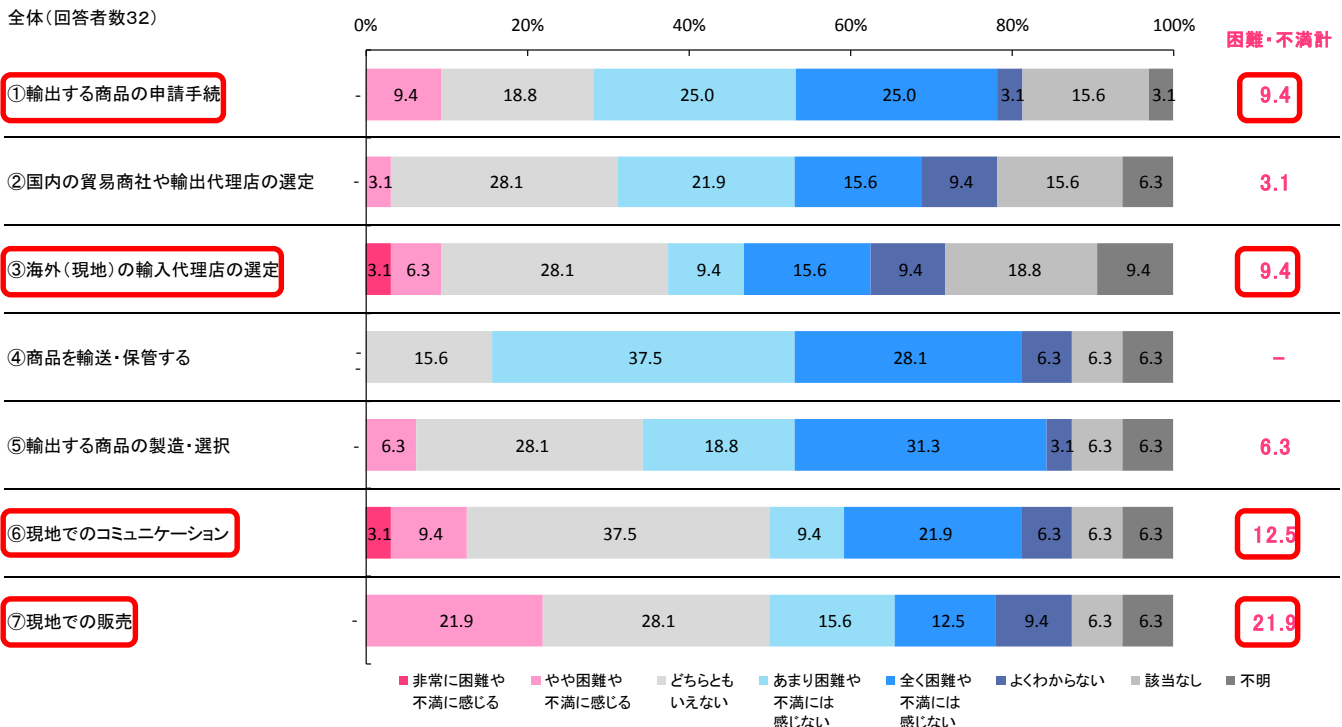
(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、各回答母数が少なく分析が困難であるため省略する。
回答内容についても省略する。

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「⑦現地での販売」22%が最も高く、次いで「⑥現地でのコミュニケーション」13%、「①輸出する商品の申請手続」と「③海外（現地）の輸入代理店の選定」がそれぞれ 9%である。

総じて“困難や不満は感じない”という回答が多数を占めている。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【K】 単式蒸留焼酎の香港輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 9%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 1件
- 「申請に関する専門知識が無い」 1件

自由記述によると、「書類作成に時間がかかる」、「ラベル表示の翻訳が困難」などの意見がある。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

④ 商品の輸送・保管 … (困難・不満回答者なし)

⑤ 商品の製造・選択

※ 回答数が少ないため省略する。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 13%

困難・不満を感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 4件
- － 「現地の消費者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
- 「現地の消費者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」
- 「現地の販売者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
- 「現地の販売者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」 各3件

自由記述において、「代理店任せで情報収集ができておらず、また語学が分かる人材もいない」との意見がある。

【K】 単式蒸留焼酎の香港輸出 調査結果まとめ

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 22%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「日系店舗以外での取り扱いが少ない」 3件
- － 「売り場での棚の確保が難しい」 2件
- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」
「現地の販売者側が、消費者向けの販促やイベントの実施に積極的ではない」 各1件

自由記述において、「認知度がなく、新規開拓が進まない」との意見がある。



【L】单式蒸留烧酎：台湾輸出

【L】 単式蒸留焼酎の台湾輸出 調査結果まとめ

1 現状・実態

(1) 輸出先の都市

輸出している省や都市については、「台北市」88%(23件)が最も多く、「新北市」、「台中市」、「高雄市」、「台南市」がそれぞれ35%(9件)である。

(2) 輸出方法(直接輸出・間接輸出)

輸出方法は、「間接輸出」62%(16件)が多数を占めており、「直接輸出」27%(7件)、「間接輸出と直接輸」4%(1件)である。

(3) 輸出を行う上で取引のある業者

輸出を行う上で取引のある業者としては、「貿易商社・輸出代理店」46%(12件)、「国内卸売業者」35%(9件)、「現地卸売業者」27%(7件)、「バイヤー・輸入代理店」23%(6件)、「輸出通関業者」15%(4件)である。

(4) 輸出業務に関する注力度と習熟度

輸出業務に対する“注力度”は54%(14件)(非常に注力している:38%(10件)、やや注力している:15%(4件))、“習熟度”は42%(11件)(とても高い:12%(3件)、やや高い:31%(8件))であった。注力度・習熟度ともに、輸出継続年数や輸出先の省や都市による違いは見られない。

【L】 単式蒸留焼酎の台湾輸出 調査結果まとめ

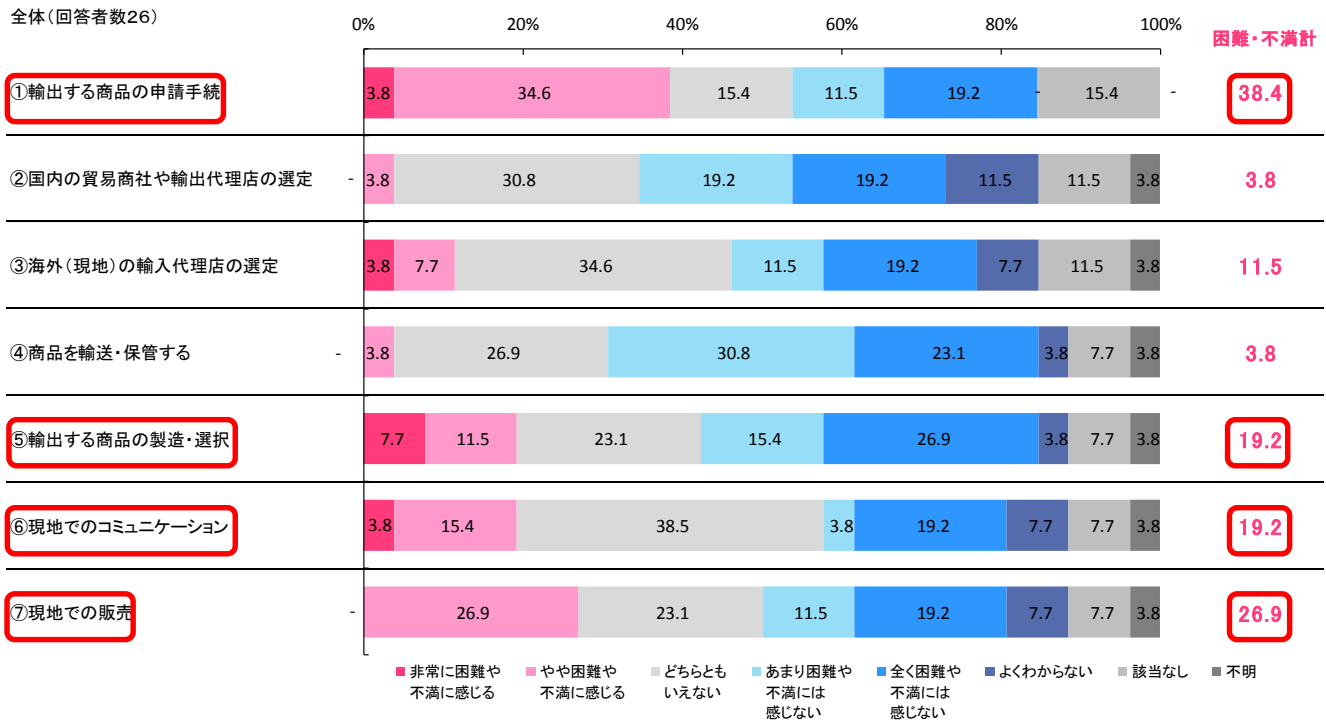
2 課題

(1) 取引業者に対する満足度・不満理由

取引業者に対する満足度については、各回答母数が少なく分析が困難であるため省略する。
回答内容についても省略する。

(2) 輸出業務のボトルネック

輸出業務の段階別の困難・不満度を見ると、「①輸出する商品の申請手続」が38%で最も高く、次いで、「⑦現地での販売」27%、「輸出する商品の製造・選択」と「⑥現地でのコミュニケーション」がそれぞれ19%、「③海外(現地)の輸入代理店の選定」12%である。



※困難・不満計=「非常に」+「やや困難や不満を感じる」

※構成比は、四捨五入しているため個々の数値の合計が総数と一致しない場合がある。

【L】 単式蒸留焼酎の台湾輸出 調査結果まとめ

(3) 輸出業務の段階ごとの課題点

① 申請手続 … 困難・不満度 38%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「申請手続の内容が煩雑である」 6件
- － 「申請にかかる費用が高い」 3件
- － 「申請が受理されてから承認までの期間が長い」
「申請に関する専門知識が無い」 各1件

自由記述によると、「申請書類の作成に時間や手間がかかる」との意見がある。

② 国内の貿易商社や輸出代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

③ 海外(現地)の輸入代理店の選定

※ 回答数が少ないため省略する。

④ 商品の輸送・保管

※ 回答数が少ないため省略する。

⑤ 商品の製造・選択 … 困難・不満度 19%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「原料・成分によっては輸出できないことがある」 2件
- － 「ラベルの記入内容は現地の基準に沿ったものにしなければならない」
「適正な価格設定」 各1件

自由記述によると、「メタノール検査の基準について」、「低価格商品の要求がある」との意見がある。

⑥ 現地でのコミュニケーション … 困難・不満度 19%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「自社に語学に精通している人がいない」 5件
- － 「現地の消費者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」
「現地の消費者に対しての「単式蒸留焼酎」に関する情報提供ができていない」
「現地の販売者の「単式蒸留焼酎」に対する知識・理解が不足している」 各4件

自由記述によると、「輸出業務前提で人を雇っていない」、「日本酒との違いが理解されていない」などの意見があった。

【L】 単式蒸留焼酎の台湾輸出 調査結果まとめ

⑦ 現地での販売 … 困難・不満度 27%

困難・不満に感じる具体的な理由 ※困難・不満における回答率

- － 「売り場での棚の確保が難しい」
「日系店舗以外での取り扱いが少ない」 各 3 件
- － 「レストランや飲食店以外の小売店での取り扱いが少ない」
「現地の販売者側が、消費者向けの販促やイベントの実施に積極的ではない」
「商品の海外向けのPRポイントがわからない」 各 1 件

自由記述において、「認知度がなく、新規開拓が進まない」との意見がある。