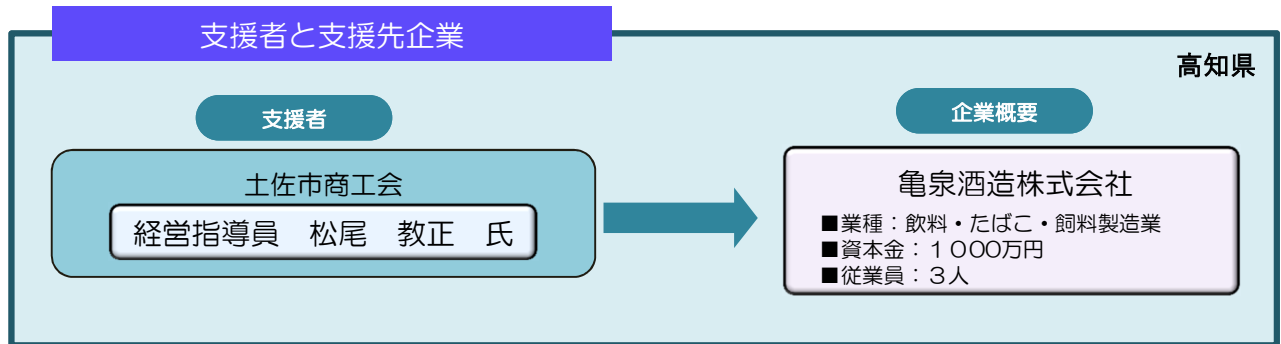


◆売上拡大手法の類型：改良・新商品×新市場開拓

事例⑱ 高知県・土佐市商工会支援事例
「日本酒の海外販路開拓支援」

1. 持続化補助金を活用した売上拡大支援事例の概要

(1) 企業概要と支援の経緯

支援先企業は昭和40年創業。高知県土佐市で日本酒の製造及び卸売販売を行っている。現在、県内と県外とほぼ同割合で販売を行っているが、新しい市場を海外に求め5年ほど前から、海外展開を開始している。土佐市商工会の松尾経営指導員は地域の老舗企業である、支援先企業とは他の支援策活用を通じて、日頃から密接な情報交換を実施していた。支援先企業は中国・シンガポール・フランス・米国を訪問し、新商品の開発に係る市場調査および新規顧客を開拓する計画を持っており、国の施策を活用できないか松尾経営指導員と協議。松尾経営指導員は支援先企業の商品は優れた品質と特徴から海外市場で十分受け入れられる余地があると判断、新商品の市場調査の必要もあり持続化補助金の申請を支援企業に助言した。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

日本酒市場は焼酎やワインなどに押され、年々縮小化が進んでいる中、閉鎖に追い込まれる酒造会社も多く、厳しい経営環境が続いている。支援先企業も決して例外ではないが、後述するように海外市場では同社の製品は特徴ある風味と高品質が評価され、年々輸出货量は増加傾向にある。また今般、新商品も開発予定であり、新しい顧客の開拓が急務となっている。

(3) 今回対象とする市場の特徴

ユネスコ無形文化遺産に「和食」が認定され、アジアだけでなく欧州でも和食ブームとなり、日本酒に注目が集まっている。「米の醸造酒」としてワインのような食中酒感覚で楽しむ人が増えており、飲食店でも和食に日本酒を合わせる傾向が強まっている。

このため、辛口淡麗に比べ、ワインのように奥深い味わいと広がる香りを持つ純米酒に人気が集まっている。支援先企業で販売実績のある韓国や台湾でも、香りが強い純米酒が高い評価を得ている。現時点では欧州での販売実績は無いが、当社の人気商品である「香り広がる純米酒」を是非販売したいと考えている。

国税庁の統計によると平成25年1月～12月の酒類の輸出金額伸び率（前年同期比）は、下記の4か国で顕著であり、販売先ターゲットとして設定している。

米国	126.9%
中国	105.2%
シンガポール	115.2%
フランス	141.9%

(4) 課題解決策と今回の支援内容

上記のターゲット市場に関する情報収集活動等を支援。具体策は以下の通り。

①各種専門家、支援機関とのマッチング

JETROや高知県貿易協会との連携。関係機関などの有利な制度等の紹介

②国や県などの施策、および業界動向に関する情報提供

③必要に応じて資金調達に関する支援

当補助金を活用した支援は、海外への渡航費、滞在費、現地イベント経費、米国での展示会出展費用、専門家への委託費等である。

事例⑱ 高知県・土佐市商工会支援事例
「日本酒の海外販路開拓支援」

2. 売上拡大支援のために果たした支援者の役割

(1) 事業計画作成及び実行支援の内容

松尾経営指導員と支援先企業の経営者は、他の支援策を活用した際に事業計画について協議を重ねた経験があり、今般の持続化補助金申請に当たっても、経営者自ら概要を作成し、詳細を確定する際に、再度打合せを行い、実行計画とも整合性を取るというプロセスを慎重に踏んで策定した。松尾経営指導員が助言した主なポイントは以下の通りである。

- ①新たに販売を開始しようとする市場の環境・規模・顧客のニーズ等を十分に分析した上で、売上予想を策定する。
- ②中・長期的な視点から自社の供給能力も考慮に入れる。
- ③新商品と既存商品のプロダクトミックスを考え、計画を策定する。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

支援先企業が、今般新たに海外市場の開拓を模索し、さらに新規商品の開発を検討するに当たり、まず国内に於いてJETROや高知県貿易協会の支援を得てアジアや欧米の市場情報を収集することを助言した。現地の貿易商社や面談・視察すべき企業や店舗等の具体的な情報を入手することに成功した。

また現地を訪問し試飲会も含めた店舗型イベントへの参加や、商談を実施することにより、国あるいは地域によって、販売方法、ラベルの色、価格、好まれる酒の種類等貴重なマーケティング情報を入手することが出来、フランスでは発泡酒メーカーを訪問し製造方法等を確認、新商品開発の参考となる情報を得ることができた。

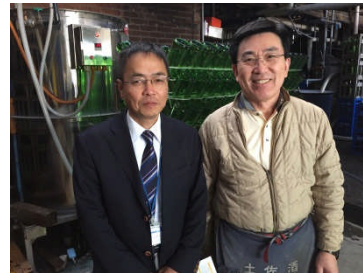
(3) 小規模事業者支援のポイント

今回の支援先企業のように、地元に着した酒造メーカーでは、地域の活性化を図る意味でも商工会あるいは県連、他の支援機関あがての支援が必要となる。

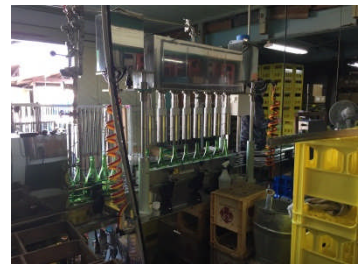
本事例の場合、既にある程度の海外展開の経験もある企業であるが、新規に海外で販路を開拓するには様々な支援機関の協力を得て、取組んでいる状況が見て取れる。その中心的なオーガナイザーの役割を、地元の商工会で企業と日々接している経営指導員が担う事が小規模事業者支援では重要なポイントとなる。

本事例では以下の支援機関が支援を提供している。

- ①土佐市商工会、高知県連
- ②JETRO
- ③高知県貿易協会
- ④高知県工業技術センター



西原社長（右）と松尾経営指導員。下は瓶詰め作業



3. 支援成果

- ① 米国・中国・シンガポール・フランスの4か国の市場調査、現地代理店との面談、展示会への出展等大きな成果を挙げることが出来た。
- ② フランスでは、次期新商品の製造技術の参考になる工場見学が実現した。

売上拡大支援のポイント

- ① 海外市場の的確な情報、代理店・商社の選択、現地市場調査の手配等、複数の支援機関との連携を密にして、情報提供すること
- ② 市場規模や顧客ニーズを分析し、中長期的な視点から供給能力を考慮に入れた計画作成支援
- ③ 国・県などの施策や公設試や関係機関の活用できる制度の情報提供
- ④ 現地イベントや商談会参加等による市場情報収集と商品開発への活用