

THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい酒。



**平成28年度品目別輸出促進緊急対策事業のうち
コメ・コメ加工品輸出特別支援事業**

(日本産コメ・コメ関連食品のプロモーション活動の強化支援)

(フランス)

実施報告書

1.実施概要

実施概要

- 事業名 : 平成28年度品目別輸出促進緊急対策事業のうち
コメ・コメ加工品輸出特別支援事業
(日本産コメ・コメ関連食品のプロモーション活動の強化支援) フランス
- 実施日程 : 平成29年6月18日(日)~21日(水) 4日間
- 出展催事名 : VINEXPO 2017 BORDEAUX (ヴィネクスポ 2017 ボルドー)
実施会場 : PARC DES EXPOSITIONS DE BORDEAUX - EXHIBITION CENTRE
約45㎡ (33030 Bordeaux Lac Cedex)
- 想定来場者数 : 約48,500人 (2015年度) ※約151国と地域より来場
約2350社
メディア数 約1200名 ※約51の国と地域より来場
- 事業主催 : 一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
(Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association)
- 実施目的 : 日本酒のプロモーション及び現地への販路拡大
- 実施内容

① 日本酒PRブース

- 日程 : 平成29年6月18日(日)~21日(水) 4日間
- 時間 : 9:00~18:30 4日間
- 実施内容 : 1) 日本酒紹介エリア
・ 日本酒基本情報の紹介 (パネル展示 / 映像放映)
2) 日本酒展示/試飲エリア
・ 各種日本酒の展示 / 試飲 (会員社は12社)

② 日本酒セミナー

- 日程 : 平成29年6月18日(日)・19日(月)・21日(水) 3日間
- 時間 : 6月18日 : 11:45-12:30 (松永理事)、14:15-15:00 (宮川氏)
6月19日 : 11:45-12:30 (松永理事)、14:15-15:00 (松永理事)
6月21日 : 11:45-12:30 (松永理事)、14:15-15:00 (宮川氏) 【計6回】
- 実施内容 : 全米輸理事松永氏による基礎セミナー及び、
現地で活躍中のワインソムリエ・利き酒師宮川氏による日本酒セミナー、2種のセミナーを開催

③ ビジネスマッチング

- 日程 : 平成29年6月20日(火)
- 時間 : 14:00-15:30 【計1回】
- 実施内容 : 1) 会員社と現地バイヤーのビジネスマッチング(情報交換会)
2) 会員社12社による商品プレゼンテーション
- ※本催事 (VINEXPO) は種類事業者向けのB to B催事のため、会期中はオープンビジネスマッチングと位置付け、
常時意見交換を実施。

1.実施概要

実施概要

□ 会員社情報

※アルファベット順

No.	社名	出展アイテム名	カテゴリ
1	日：天吹酒造合資会社 英：AMABUKI SHUZO CO.,LTD	天吹 生酛 純米吟醸 雄町・天吹 裏大吟醸愛山・天吹 純米吟醸壽限無 生・天吹 吟之紅衣	Aチーム
2	日：長龍酒造株式会社 英：CHORYO SHUZO CO.,Ltd	吉野杉の樽酒・特別純米 雄町・純米吟醸 雄町	
3	日：藤井酒造株式会社 英：FUJII SHUZOU CO., LTD	龍勢 ゴールドラベル 生酛純米大吟醸酒・龍勢 備前雄町 生酛特別純米酒	
4	日：月桂冠株式会社 英：Gekkeikan Sake Co., Ltd.	超特撰 鳳麟 純米大吟醸・にぎり酒・月桂冠 スパークリング Sake	
5	日：JAPAN AT UK 英：JAPAN AT UK	株式会社 豊島屋 神渡・金紋秋田酒造株式会社 山吹ゴールド・悠久の梅雫 金撰	
6	日：合資会社 基山商店 英：Kiyama-syoten&co.,ltd.	純米大吟醸 北雫・純米吟醸 山田錦・特別純米 山田錦	
7	日：コンタツ株式会社 英：KONTATSU.CO.,LTD	花の舞酒造 ぶちしゅわ日本酒ちよびつと乾杯・ぶちしゅわ日ゆず酒ちよびつと乾杯・純米吟醸超辛口日本刀・小嶋総本店 東光 純米吟醸原酒・純米大吟醸袋吊り	Bチーム
8	日：国稀酒造株式会社 英：Kunimare Shuzo Inc.	大吟醸 国稀・特別純米 国稀・MARE 佳撰・MARE 純米吟醸	
9	日：尾畑酒造株式会社 英：OBATA SHUZO co., ltd.	真野鶴 万穂・真野鶴 実来・真野鶴 純米吟醸 朱鷺と暮らす・真野鶴 辛口純米・真野鶴 緑山生・真野鶴 赤紋生	
10	日：株式会社 仙醸 英：Senjyo Brewery Co.Ltd	黒松仙醸 純米大吟醸 プロトタイプ 14・黒松仙醸 純米吟醸 金紋錦・黒松仙醸 純米無濾過原酒・黒松仙醸 仕込 梅酒	
11	日：株式会社シェンロンインターナショナル 英：XENLON INTERNATIONAL CO., LTD	天醸 ト鑫・白鶴 純米大吟醸 白鶴錦・白鶴 純米にぎり酒 さゆり・白鶴 淡雪スパークリング	
12	日：株式会社 安福又四郎商店 英：YASUFUKU MATASHIROU SYOUTEN CO.,LTD.	大黒正宗 純米吟醸	

□ VINEXPO 2017 BORDEAUXとは

主催：VINEXPO

協賛：協力：Air France・JF Hillebrand / Pulltex・RIEDEL

事務局：VINEXPO 2017 BORDEAUX

TEL :+33 5 56 56 00 22 / E-mail : infor@vinexpo.com

概要：世界中約42カ国から出展社が来場し、その総数は、約2350社にものぼる。

流通関係者の来場者数は、4日間で約48,500名（2015年度実績）※約151の国から来場
2年に一度開催されており、ボルドーでの開催は今回で19回目。

VINEXPO
18-21 JUNE 2017
BORDEAUX

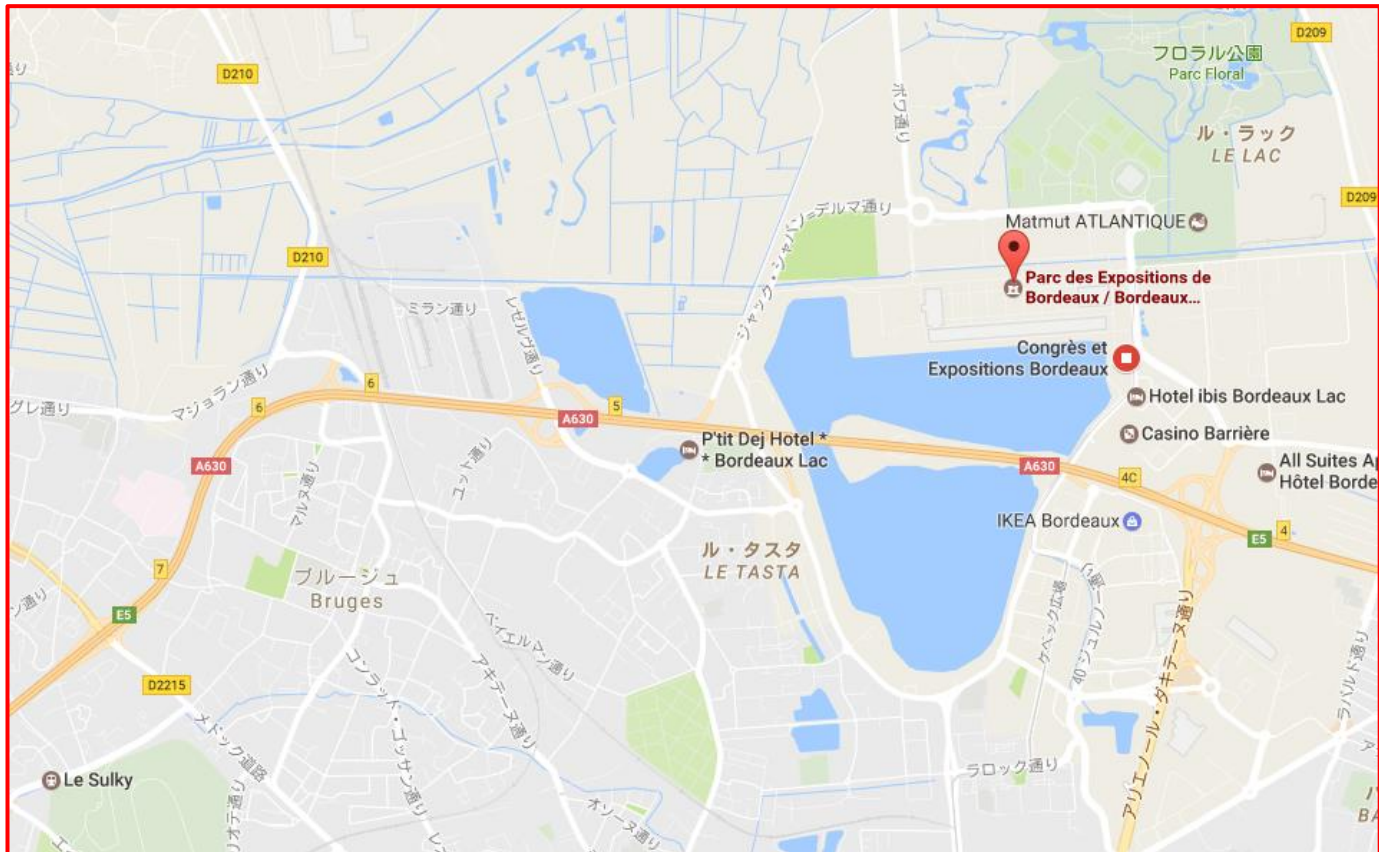
VINEXPO 2017 BORDEAUXは、ワイン・スパークリングワインバイヤー、スピリッツの生産者
貿易関連会社、団体、ワイン協同組合、関連製品事業者などが多数を来場する、ボルドーでも有数の
トレードショーである。

会場では、顧客の多様なニーズを満たすために数多くの商品と出会うことができ、
さらに国際的なサプライヤー、ワインメーカーのバイヤーと交流することができる。



1.実施概要

ボルドー広域図



催 事 名 称	VINEXPO 2017 BORDEAUX
実 施 内 容	試食会・試飲会：対象（ ）
	● 展示会・見本市出展：展示会名（各国バイヤー・流通関係者）
	飲食店タイアップメニュー開発・提供
	パッケージ等統一ロゴ入りツール開発：（ ）
	広告展開：メディア（ ）
	その他：（ ）
実 施 期 間	・告知期間： ～
	・催事等実施期間： 2017/6/18(日) ～ 2017/6/21(水)
実施エリア・都市	フランス（ボルドー）
実 施 会 場	施設・店舗名： PARC DES EXPOSITIONS DE BORDEAUX - EXHIBITION CENTRE
	スペース名： HALL 1 C336
	住 所： 33030 Bordeaux Lac Cedex
対 象 ・ 参 加 方 法	一般：参加方法（ ）
	● 関係者：対象（世界各国の種類バイヤー・流通関係者）
	招待者：主な招待対象（ ）
	展示会・見本市等来場者：想定来場層（ ）
	報道関係者（ ）
	その他：（ ）
対 象 品 目	米
	● 日本酒
	米菓
	その他コメ加工品（ ）
数 値 目 標	参加人数 名× 4 日 =計 400 名
	● 試食・試飲提供数 品× 4 日 =計 1000 品
	● アンケート数 枚× 4 日 =計 400 枚
	その他
効果的なPRのため新たに工夫した点 ・ 新しい試み	<p>新規市場開拓及びターゲットを広げるため、昨年度も出展した vinexpo（今回のテーマ：スペインワイン）に出展を計画。</p> <p>世界的に有名なワイン・スピリッツの展示会に参加し、日本酒の試飲を試みる。</p> <p>13種の蔵元・ディストリビューターが43種類の日本酒を提供し、日本酒の種類の豊富さと酒類による味の違いを訴求。</p> <p>また現地酒ソムリエにアドバイスを仰ぎ日本酒セミナーを実施、「日本酒の原料となる米」を訴求すると共に日本酒の魅力を発信した。</p>

実施記録

■実績詳細

実施日	実施回	開始時間	参加人数	アンケート回収数	備考
6/18(日)	1	9:00～	25人	22枚	
6/18(日)	2	12:45～	43人	31枚	
6/18(日)	3	15:15～	62人	43枚	
6/19(月)	4	9:00～	22人	18枚	
6/19(月)	5	12:45～	34人	25枚	
6/19(月)	6	15:15～	58人	49枚	
6/20(火)	7	9:00～	18人	13枚	
6/20(火)	8	12:45～	51人	44枚	
6/21(水)	9	9:00～	34人	27枚	
6/21(水)	10	12:45～	56人	46枚	
合計			403人	318枚	

■計画数・実績数比較

数	値	目	標

↓

実	績	数

	参加人数	4	日	=計	400	名
●	試食・試飲提供数	4	日	=計	1000	杯
●	アンケート数	4	日	=計	400	枚
	その他					

	参加人数	合計	403	名
●	試食提供数	合計	約1250	杯
●	アンケート数	合計	318	枚
	その他			

■実績数の評価

参加人数について	<p>上記時間帯毎に来場者を集計した。</p> <p>お一人様につき平均20分程度滞在頂いた。</p> <p>出展社より、より詳細な日本酒の説明を行い、ブース一体となり日本酒の 프로모ーションができた。</p> <p>ワインの展示会の中で日本酒の出展は珍しく、常時来場者がいらっしや、盛況であった。</p>
試食・試飲数について	<p>ブースの前を通る来場者に積極的に声をかけ、試飲をしていただいた。</p> <p>43種類の日本酒の提供は非常に好評で、平均して3杯程度、多い方でお一人で4～5種類もの日本酒を試飲される方もいらっしやった。</p>
アンケート回収数について	<p>全ての方にアンケートをご協力いただくべく積極的に声がけを行ったが、時間がないと断られてしまう事も多くあった。</p> <p>アンケートにお答えいただいた方は非常に協力的で今後の展開に繋がられる。</p>



会場入口



エントランス



全米輸ブース-1



全米輸ブース-2



全米輸ブース-3



全米輸ブース-4



商品展示-1



商品展示-2



商品展示-3



ポスター展示 (掲出)



ポスター掲出



現物展示



本番時の模様-1



本番時の模様-2



本番時の模様-3



本番時の模様-4



本番時の模様-5



本番時の模様-6

■構成

<日本酒セミナー 構成内容>

①講師登壇～自己紹介

②豊富な日本酒の種類紹介（10分）

「日本酒の種類紹介」

- 1) 日本酒の種類豊富さと吟醸、大吟醸、純米、特別純米、純米大吟醸、本醸造、古酒の製造方法の紹介
- 2) 製造方法の違いによる味の違いの解説

③料理とのマッチング事例紹介（座学）（15分）

- 1) 現地で活躍しているワインソムリエ、利き酒師の立場から日本酒の種類別に現地料理とのマッチング事例を「座学」として紹介し、種類の豊富さによる愛称の良さについて解説
- 2) マッチングの紹介と併せて、6種類の日本酒の特徴を紹介。
※全2回のセミナーを通して、参加会員社全12社を紹介。
(セミナー1回につき6社を紹介)

④質疑応答（3分）

参加者からの質疑応答対応

⑤会員社紹介（10分）※司会者より

⑥アンケート記入（5分）



全米輸 松本専務理事による主催者挨拶



全米輸 松本専務理事による主催者挨拶



全米輸 松本専務理事による会員社紹介



全米輸 松永理事によるセミナー-1



全米輸 松永理事によるセミナー-2



全米輸 松永理事によるセミナー-3

催事名称	VINEXPO 2017 BORDEAUX Information Exchange for Business Matching to promote Japanese Sake
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ●試飲会：対象 (主に現地及び各国バイヤー、ホテル・レストラン関係者) ●展示会・見本市出展：展示会名（VINEXPO 2017 BORDEAUX） ●パッケージ等統一ロゴ入りツール開発 (イベント用パンフレット、バイヤーへのイベント告知 案内状) ●その他： <ul style="list-style-type: none"> ・出展社へのヒアリング（次のステップへの見込み、他） ※ヒアリング結果後述 ・通訳者へのアンケート（通訳からみた商談の見込み、バイヤー目線での課題や重要視するポイント等） …等についても情報を回収。
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> ●告知期間： 2017/5/31(水) ～ 2017/6/17(土) ●催事等実施期間： 2017/6/20(火) ～
実施エリア・都市	フランス（ボルドー）
実施会場	<ul style="list-style-type: none"> ●施設・店舗名：PARC DES EXPOSITIONS DE BORDEAUX - EXHIBITION CENTRE ●スペース名：HALL 1 C336 ●住所：33030 Bordeaux Lac Cedex
対象・参加方法	<ul style="list-style-type: none"> ●招待者：主な招待対象（現地＋各国バイヤー、ホテル・レストラン関係者、卸商） ●展示会/見本市等来場者：想定来場層（現地バイヤー、ホテル・レストラン関係）
対象品目	●日本酒
効果的なPRのため新たに工夫した点・新しい試み	<ul style="list-style-type: none"> ●事前準備 <ul style="list-style-type: none"> ・会員社13社の商材パンフレットを活用、及び、FCPシートを基に作成したカンパニー&プロダクトシートの活用（※） ・現地で活躍する酒ソムリエ 宮川氏のネットワークを活用した、料飲関係の卸業者、小売業、ワインストア、レストラン、輸送会社、貿易会社、日本酒イベントへオーガナイザー、ソムリエ協会などへのアプローチを行った。

効果的なPR
のため新たに
工夫した点
・
新しい試み

- 当日対応
 - ・ VINEXPO会場にて、日本酒に興味のあるバイヤーへのアプローチを積極的に行った。
 - ・ 本展示会には、日本酒の出店が2ブースのみ、という日本酒が引き立つ演出となったため、日本酒のおいしさ、魅力が十分伝わる情報交換の場となった。
 - ・ 会員社の配置を工夫し全会員社が一同に並ぶレイアウトにて実施。どの会員社がどこにいるのかじかが分かりやすく参加者がアプローチし易い環境を創出。



ビジネスマッチング時の模様-1



ビジネスマッチング時の模様-2



ビジネスマッチング時の模様-3



ビジネスマッチング時の模様-4



ビジネスマッチング時の模様-5



ビジネスマッチング時の模様-6

区分

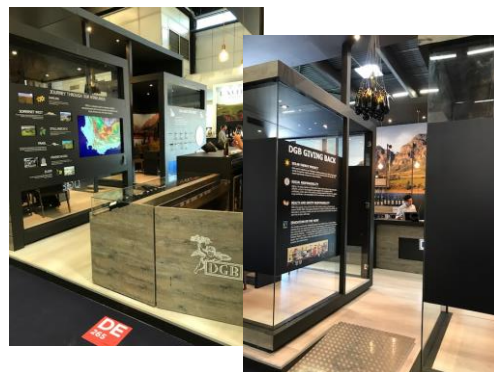
内容

事業の成果及び総括

- ・開催地フランスの商社・流通・販売店・飲食店・ホテルチェーン関係者に留まらず、周辺国、イタリア・スペイン・ドイツ・スペイン・アメリカといったワインの生産地からの来場者に向けても日本酒PRを行うことができた。
- ・43種類の日本酒を展示・提供することにより、種類の豊富さをアピール。また同じ種類（例えば吟醸酒）においても「米」と「水」の違いによって味の差異が出る点を説明に 加えることで、日本酒に対する興味喚起につなげることができた。
* 会員からの説明に加え、フランス人スタッフ、通訳スタッフからも精力的に説明を行ったことが効果的だった。
- ・セミナー内での「米から作られた日本酒」「米菓」を紹介、説明することにより、来場者には日本産米にも興味を持っていただけた。
- ・アンケート記入については、来場者の日本酒への興味は高かったが、多くの来場者は限られた時間のなかで来場していることもあり、時間の都合で記入を断られる場合も多くみられた。
- ・期間中を通し、多くの来場者に立ち寄っていただくことにより、日本酒の種類の豊富さ、品質、美味しさなどの魅力が十分に伝わる情報交換の場を提供できた。
- ・日本からはJRE以外にも日本酒造組合中央会が出展しており、非常に大きなスペースで充実した造作を構えていた。事前に情報共有をし、相互のブースで紹介をし合うなどブース間での連携を取って出展をすると双方によりよい効果が得られたように思う。
- ・造作については、予算規模も含め検討の余地があると考えられる。VINEXPOにおいては多くの出展者が非常に質の高い造作を構え、来場客の目に留まるように天井からの吊り下げ造作にも力を入れ、視認性・体験性の高いブースを形成。商談エリアも広く構え、休息スペースとしても活用している工夫も見られた。



■ドイツブース
昨年度の香港VINEXPOと同方向の造作。高さ、色を工夫し出展者を支援。



■BELLINGHAMブース
敢えて閉鎖された空間に商談スペースを設置。来場者が話しやすい工夫。

区分

内容

事業の成果及び総括

- ・これまでの事業同様、今回も「JRE」名での出展となったが、来場者や招待者にとってややわかりにくい出展名だったように思う。今後の出展においては、「Sake」や「Japan」といったワードを取り入れ、出展社案内パンフットや場内MAPの中でわかりやすい名称での出展が有効であると考えている。
 - * 来場者のうちメディアからも同方向のアドバイスをいただいた。会場地図およびHPでの検索のしやすさを念頭においたブース名称を推奨された。
- ・今回、参加会員社のブース参加時間を明確にしたことにより、集中してプロモーションを行うことができた。ただ、転換に時間を要する点や、定時になっても戻ってこない会員社もあり、時間の設定の仕方には更なる工夫が必要だと感じた。（例えば午前・午後と大きなくくりで担当会員社を区分するなど）
- ・本イベント（VINEXPO ボルドー）に関しては、会場がワインの名産地でもあることから、ボルドー内でワイナリーの視察や、生産者との意見交換なども実施できると、日本酒普及に向けたヒントや参考を得られ、より有意義な事業にすることができたように思う。
- ・事前の参加会員社募集時に、ある程度募集期間を区切って声をかけ、応募会員社の中から抽選を行う形式での参加会員社の決定方法を取り入れることも検討すべき事項だと感じた。
- * 会全体を通して人の入りが少なかった。特に初日は日曜日であり、少ない印象が強かった。学生の動員も目指していたようで祝日を会期に入れたものと想定される。また、主催者が来場者見込みとして発表した数字は45,000人で、主催者からは実際の来場者数は発表されていない。スタッフの所感としては、30,000人程度の来場者ではなかったかと想定されている。

区分

内容

参加者の声・反応

【前向きな反応】

- ・今までに体験したことの無い味
- ・非常に素晴らしい
- ・日本酒の種類がこんなにあるとは知らなかった。
- ・すごくすっきりしていて飲みやすい。
- ・意外と香りが豊か。
- ・香りがフルーティだ。
- ・ここにある日本酒を購入するにはどうしたらいいか
- ・すっきりした味もあれば、パンチの効いた味もある。
この種類の多さは、ワインに通じるものがある。
- ・はじめて日本酒の飲んだが、これを機に本格的に勉強してみたい。
(来場のフランス人)
- ・セミナーの内容は非常にわかりやすかった。(基礎セミナー)

【課題と捉えられる反応】

- ・日本酒は蒸留酒かと思っていた。
- ・変に酔っぱらってしまうというのが日本酒のイメージだった。
- ・日本酒については全く知らなかった。

多くの来場者はワインを求めて来場していることから、総じて日本酒について知識がなく、また関心も薄いように感じられた。一方でブース来場者からは新しい発見を喜ぶ声や興味を持ったという意見が多数聞かれたことから、今後同様の事業を実施する際は、より目を引き、足を踏み入れたくなるブース造作や、事前の告知・プロモーションも必要であると感じた。

輸出拡大に向けた課題

日本酒PRにおいては、参加会員社が一体となって種類や味を訴求する方法が、B向けターゲットに対して効果的だと感じた。日本酒の豊富なバリエーションと味の違いを紹介することにより、来場者に驚きと新たな気付きを与え、日本酒に対する正しい知識の理解と共有、そしてそれが結果的にポジティブなイメージ醸成に寄与したと思われる。

また、今回のVINEXPOのようにバイヤーが集まる展示会においては、ブースでの訴求は気軽に立ち寄れるような雰囲気構成し、別途セミナースタイルでの深い理解を促進する展開も行うと、より充実した事業となるように感じられた。