



THIS IS  
JAPAN QUALITY  
日本のおいしい酒。



# 広州白雲国際空港CDFG免税店における 中国人旅行客等への日本酒販売促進事業 実施報告書

令和2年2月28日



一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

# 広州白雲国際空港免税店における日本酒プロモーション

## ◆事業概要

- イベント名** : 広州白雲国際空港免税店における中国人旅行者等への日本酒販売促進事業
- 実施国・都市** : 中国・広州
- 期間** : 2020年1月8日～2020年2月末日（予定）
- 実施会場** : 広州白雲国際空港ターミナル2 出国ゲート付近のChina Duty Free Shop
- 想定来場者** : 広州白雲国際空港出国ゲート利用客  
国際線ターミナルは約18万人。空港全体の利用者数は700万人以上
- 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
- 実施目的** : 日本酒のPR事業および現地への販路拡大
- 選定理由** : 年商2000億円以上のCDFGが運営する空港免税店のうち広州白雲国際空港店舗は中国本土のアルコール売上が年間を通じ常に上位である。ここでの日本酒PRの成功は中国本土に200店以上あるCDFGにおける日本酒プロモーション横展開の足掛かりとなる。  
(※上海や北京のCDF店舗では注力カテゴリーがコスメティック)
- 実施内容** : ◆日本酒のプロモーション及び販売  
◆現地販売員への日本酒基礎知識及び商品に関するトレーニング



# 広州白雲国際空免税店における日本酒プロモーション

## ◆施設情報

施設名：広州白雲国際空港

<http://www.gbiac.net/en/index.html>

(Guangzhou Baiyun International Airport)

プロモーション実施店舗：ターミナル2の出国ゲート付近

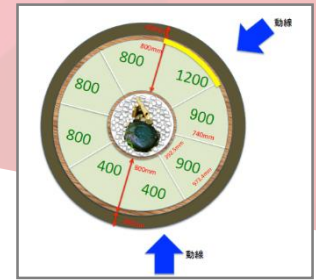
## ◆中国一般消費者の日本酒に対する現状

- ・中国人をはじめとした多くの旅行者は、日本酒に対しての知識が低い傾向にある。
- ・訪日旅行にて、美味しい日本酒をのんだことがある方や、日本が好きの方以外へのアプローチは、継続し続ける必要があり、今後も輸出量を増やせる余地は十分ある。
- ・かつて中国では、蜂蜜入りのワインが飲まれて、今ではブームを経てワインが中国で定着・拡大を続けている。一方、日本酒は認知が広がりつつあるが、まだ部分的でありシェア拡大が見込まれる。



# 広州白雲国際空免税店における日本酒プロモーション

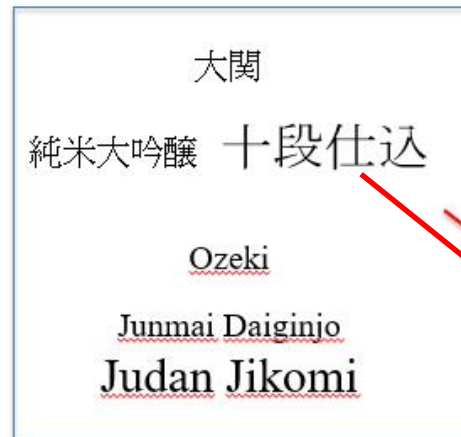
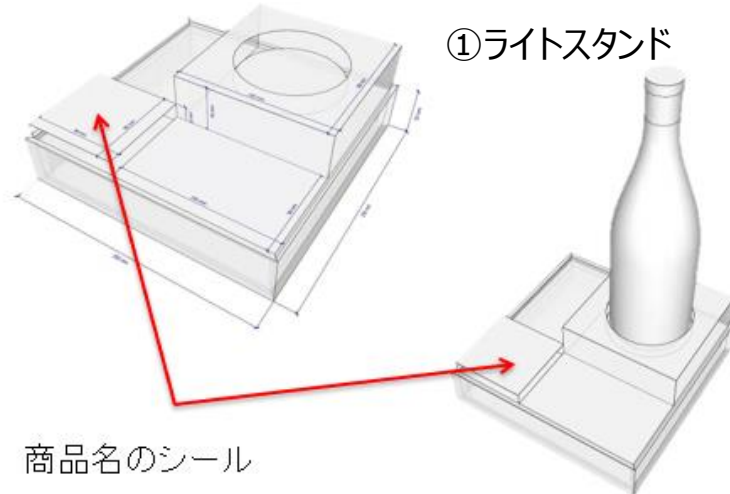
## ◆日本酒プロモーション用ブース制作



# 広州白雲国際空免税店における日本酒プロモーション

## ◆日本酒プロモーション用ツール制作

- ① ライトスタンド
- ② 商品表示ステッカー
- ③ 商品説明カード



# 広州白雲国際空免税店における日本酒プロモーション

## ◆今後のスケジュール

### 改定前

2019年  
11月27日 販売スタッフへの日本酒トレーニング  
11月29日 日本酒プロモーション開始  
12月末日 日本酒プロモーション完了

### 改定後

2020年  
1月08日 販売スタッフへの日本酒トレーニング（完了）  
1月後半 日本酒プロモーション開始  
3月中旬 日本酒プロモーション完了

## ◆CDFGとの協力体制：プロモーション強化方法

1. 販売スタッフへのインセンティブ：e.g.1本200元のお酒を売るごとに10元のコミッション。
2. ディスカウントプラン：e.g.2本購入したお客様に15%ディスカウントを提供。

## ◆プロモーション・スケジュール変更の経緯

当初の予定は、2020年の春節をターゲットにして日本酒プロモーションを実施する計画であった。しかしスケジュール前倒しの要請があり、8月末に参加希望企業情報を受け取り、CDFGに商品リストを送っていた。スケジュール確認は行っていたが、CDFGにとっても日本からの輸出ルートは初めて開拓した物流であり、必要書類の準備・訂正や通関に時間を要している。（物流ルート：日本→香港→シンセン→広州白雲国際空港）

現地と連携を取りながら広州白雲国際空港に商品が到着し次第、日本酒プロモーションを実施予定。荷は現在香港にありCDFIが通関を切りシンセン経由で広州へ配送予定（1月10日現在）

追記：以降、香港での足止めが続いている荷は中国側の事情により保留のまま春節を迎えた。加えてCOVID-19の世界的蔓延の影響によりCDFGはすべての荷の移動をストップしている。CDFGは通常稼働ができるまで半年近くの長期的な回復期間を予想している（2月25日現在）

# 広州白雲国際空CDFG販売スタッフへの日本酒トレーニング

## ◆日本酒トレーニング実施概要

開催日時： 令和2年1月8日（水） 13:00-14:30

実施会場： 広州白雲国際空港ターミナル 2（China Duty Free Group社内会議室）

参加者・人数： China Duty Free店舗の販売スタッフ 計23名(男性9人、女性14人)

使用言語： 北京語

実施理由： 広州白雲国際空港内のCDFG免税店では、2019年8月から初めて日本酒の取扱いをスタートさせたばかりであったため、現地免税店スタッフの日本酒に関する知識は少なく、利き酒師を招きスタッフへ日本酒セミナーを実施した。

実施目的： 現地販売スタッフの日本酒知識向上による日本酒の販売促進

実施内容：

- ・ 日本酒に関するトレーニング(基礎編)  
（日本酒の基礎知識、保存及び提供方法・日本酒とのペアリング、他）
- ・ 日本酒プロモーションに選定された商品の説明及び試飲
- ・ Q&Aセッション

# 広州白雲国際空CDFG販売スタッフへの日本酒トレーニング

## ◆日本酒トレーニング 実施画像





# 広州白雲国際空CDFG販売スタッフへの日本酒トレーニング

## ◆ 日本酒トレーニング実施後のヒアリング内容と主な回答

Q1. トレーニングを受ける前と受けた後で日本酒に対する理解が深まったか。

A1. (全員) 理解が深まったと挙手。

Q2. 広州白雲空港で日本酒のプロモーションをするのに大事だと思われることは何か。

A2. 広州白雲空港では、お客さんから銘柄について聞かれることが多いため、販売しているお酒の銘柄を理解することが必要である。例えば、大関であれば「十段仕込」、白鶴であれば「天空」という様に蔵元と銘柄、また製造産地などを関連づけて覚えていきたい。

Q3. お酒の分類や味わい方についてもトレーニングで説明があった。これはワインや蒸留酒にはない説明だが、理解できたか。

A3. 味の違いは説明できないが、お酒の知識について説明をしていきたい。  
例えば、温度帯によって楽しみ方が異なったり、お酒でも精米歩合によってお酒の味に深みがでたり、爽やかになったりする点は勉強になった。

Q4. お客さんはどこの国の出身者が多いか。

A4. 免税店に買い物に来る顧客の約90%は中国大陸からの旅行者である。

Q5. 今後どのようなトレーニングを受けたいか。

A5. どのお酒にはどのような料理が合うのかといったペアリングについて、もっと理解を深めたい。

# 広州白雲国際空港CDFG販売スタッフへの日本酒トレーニング

## ◆ 日本酒トレーニング – まとめ

### <広州白雲国際空港内初の日本酒トレーニング>

- ・ 広州国際空港CDFG店舗販売員にとって、日本酒トレーニングの実施は今回が初めてである。参加者は、過去にコニャック・ワイン・ウイスキー・シガーのトレーニング受講経験があり販売を担当する19歳～20代前半の若手販売スタッフ達が中心であった。
- ・ 2018年8月に日本酒の販売が短期間行われた際、スタッフに基礎知識がないまま販売が実施された。日本酒の知識を得た今後は、学んだ知識を生かした商品訴求による売り上げアップが期待されている。
- ・ トレーニングの参加者23名のうち、日本酒飲酒体験者は5名のみであった。
- ・ 販売員とCDFG側に色々な制約があり、空港内オフィススペースでの試飲が不可能であるため、トレーニングではレクチャーのみ実施した。商品の試飲については後日実施予定。

### <トレーニングの効果と今後の予定>

- ・ 今回トレーニングに参加した販売スタッフは、日本酒という新しいカテゴリーの知識の習得に、とても意欲的に取り組んだ。このため、本トレーニングは、今後の売上増加に大きく貢献すると思われる。
- ・ 参加者は日本酒の正確な知識はなく、「白鶴」や「大関」などのメーカー名を認識するレベルの状態であったが、トレーニングによって日本酒の知識を体系的に学ぶことができ、またトレーニング後に試飲も行ったため理解が深まったと思われる。
- ・ 参加者からのヒアリングによると、トレーニングを実施したことによって1.5倍～2倍の売上増は見込めるとのこと。
- ・ 参加者は日本酒とフード・ペアリングについても大きな興味を示していた。今後は中華料理などに合う日本酒とのペアリングを伝えながら、利き酒師の協力のもと試飲や販売サポートを継続し、広州国際空港のCDFG各店舗で日本酒の販売を定着できるよう尽力したい。

# 広州白雲国際空港CDFG免税店における中国人旅行者等への日本酒販売促進事業

## ◆ 広州白雲国際空港：プロモーションサイトとしての有効性

広州空港のプロモーションサイトは場所がよく、人通りも多いことから、日本酒プロモーションを将来的に継続して行うことは有効であり重要と思われる。今般の状況で空港の免税店の販売が大きく落ち込んでいるということであるが、状況が改善すれば、その反動も期待できる。CDFGがこれまでの取組みを無駄にすることなく継続して日本酒を取り扱うことを期待したい。

## ◆ 本事業に関して

本事業では、CDFG内独自のプロセスが不透明なため、効率よく書類を用意することができず時間を要した。

例 1 ) 香港空港での事業では、本来必須ではない貨物の放射能検査をCDFGより義務として課され 1 週間程度の遅延が発生した。(遅延は当事業の開始時期や商品の補充に影響を与えるものではなかった)

例 2 ) 広州白雲空港での事業では、CDFGの提案によりCDFI香港経由で広州に輸送するよう進めていた。CDFGの中国でのネットワークを活用して、香港から中国への通関もスムーズにいくものと期待されていたが、本来必須書類である産地証明書を提出後、数週間経過してから、追加で衛生証明書の取得を要請され対応に時間を要した。今回のCOVID-19のように、物流が中国政府の管理下に置かれる状況になると、今後の見通しがまったく立たない。(政治的なリスクが大きい)

## ◆ COVID-19による事業のキャンセルについて

今年 2 月以降世界規模で猛威を振るい蔓延が広がっているCOVID-19の影響により、予定していた広州白雲国際空港における日本酒プロモーションの実施が、現状不可能になっている。