



# 西堀酒造株式会社

栃木県

透明タンクの導入や古代米を使用した「金の日本酒」で輸出拡大に取り組む

輸出品目

日本酒

輸出先 米国・オーストラリア・台湾等

明治5年（1872年）創業、国登録有形文化財指定の老舗酒蔵。代表銘柄の「門外不出」をはじめ、古代米を使用した白ワインを思わせる酸味と甘みが特徴の純米酒「愛米魅（アイマイミー）」等を製造。海外バイヤーの酒蔵訪問の受入や台湾向けの直接輸出等、輸出拡大に向けて積極的に取り組んでいる。



日本酒ブランド「門外不出」



金の純米酒  
「愛米魅（アイマイミー）」



国の登録有形文化財の長屋門(左図)と  
醸造用の透明タンク(右図)

# 海外輸出の取組紹介

西堀酒造株式会社  
西堀哲也

# 会社概要

## 西堀酒造株式会社

創業：明治5年（1872年）

所在地：栃木県小山市栗宮1452

代表銘柄：**門外不出**、**若盛**、**西堀**、**愛米魅**

公式HP：<https://nishiborisyuzo.com/>

※国登録有形文化財指定蔵。酒蔵見学有り。

門外不出 若盛



# 輸出への姿勢(従来)

- 国内市場>>>海外市場の優先度の認識。
- とにかく面倒・未知というイメージ。
- 書類作成時の、「英語」に対するハードルが高い。
- 現地へ赴くコスト（費用・時間）のハードル高い。
- 海外輸出の戦略がそもそも無い。
- 既存取引では、特段、輸出にメリットを感じず。
- 国内商談会で取引に至らない経験が尾を引いていた。
- 積極的に情報を取りに行っていなかった。

# 輸出取組の背景・きっかけ

## 【背景】

- ・ 日本酒業界の海外輸出伸長トレンド。
- ・ インバウンドの酒蔵見学者の増加。
- ・ 新商品の開発（愛米魅 I MY ME、CLEAR BREW）。
- ・ 輸出は長期的に重要視していた。
- ・ 輸入業者・バイヤーの酒蔵訪問。

## 【きっかけ】

- ・ 小山市からの海外展示会の案内。
- 直接輸出に繋がった。

# 海外輸出状況

2018年以前：

- ・ 国内商社を介した**間接輸出が主**。
- ・ 出荷数量はごくわずか。

2018年秋：

- ・ **海外展示会（台湾・高雄）に初参加**。

2018年冬：

- ・ 台湾の輸入業者へ**直接輸出を開始**。
- ・ コンテナ単位（約2000本）の出荷完了。

2019年現在：

- ・ 台湾の輸入業者との今後の打ち合わせ。（来日2回）
- ・ その他、EU加盟国へのサンプル送付等。

# 直接輸出で学んだこと

- 輸出業務の点で、間接輸出と比較することができた。
- 見積を提示する上では、JETROセミナーが役立った。
- 複数回、顔を合わせて信頼関係を構築する必要性あり。
- 展示会・商談会の前、事前アプローチは強い。
- 直接輸出では、バイヤーに本気度がある。
- 独占契約条件、支払い条件等を書面で準備しておけば、リスクを低減できる。
- 輸送コストは、事前に読めない不確定部分があった。
- 通訳は必要コストと捉えるべき。
- サポート機関・機会は探せばある。

# 今後の輸出にあたって

- 直接輸出と間接輸出を使い分ける。
- 海外展示会へ参加し、現地の市場を肌で知る。
- 可能であれば、バイヤーへの事前コンタクトを行う。
- ターゲットに向けた商品提案を行う。
- 現地の輸入業者をメーカー側が選定する意識を持つ。
- 翻訳対応を行う。
- インターネットを上手に使う。（Webのアプローチ等）
- 情報をチェック・活用できるようにアンテナを立てる。
- 頼れるサービスには頼る。

# 【参考】輸出商材の例

I MY ME  
愛 米 魅



## 愛米魅（アイマイミー） 金の純米酒

酒造り専用のお米（酒造好適米）を使用せず、**古代米（赤米と緑米）**だけを使った純米酒です。

**白ワインなどの洋酒**を思わせる、酸味と甘味が特徴的です。

色・香り・味わいともに、従来の日本酒のイメージを覆します。

肉料理や洋食とのペアリングに適しています。

