



令和2年度海外フードバリューチェーン再構築緊急対策事業

# GFVC推進官民協議会 報告資料

合同会社オープンゲート 中山 雄介

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <b>1 事業の背景と概要</b>           | 2  |
| 事業の背景と我々のアプローチ              |    |
| 本事業の検証内容                    |    |
| <b>2 事業の成果</b>              | 5  |
| コールドチェーンを用いた日本酒の輸出実績        |    |
| 温度管理ロガーの仕組みとスキャン結果          |    |
| 「一時的な20℃超え」に対する我々の見解と解決策    |    |
| 冷蔵物流（コールドチェーン）の啓蒙と需要の検証     |    |
| <b>3 見えてきた課題と今後に向けて</b>     | 9  |
| 本事業の成果と見えてきた根本的な課題（サマリー）    |    |
| 課題の分類と解決への方向性               |    |
| （参考）日本酒との関わり方のヒアリング結果       |    |
| <b>4 今期のプロジェクトにおける取り組み</b>  | 13 |
| 今期の取り組み内容                   |    |
| 業界初の試み～日本産食品の冷凍・冷蔵物流での越境EC～ |    |



# 1. 事業の背景と概要

# 事業の背景と我々のアプローチ



日本酒の輸出規模（輸出額＆数量）が世界規模で拡大しており、特に**中国**への輸出額の伸びは著しい。（2021年中国向け実績 **102.8億円** 昨年比 **+77.5%**）  
これは、日本酒の海外輸出額（**約401.8億円**）の約 **25.6%** に値する。  
中国向け輸出への参入ハードルを下げることで、更なる輸出拡大が実現できるのではないか。

## 現 状

- 日本酒の海外需要(特に中国)と輸出規模は年々著しく拡大。
- 2021年、中国が初めて輸出先国の中で**世界第一位**に。
- 中国は**高いEC化率**により、特にオンライン販売が好調。

## 課 題

- 日本酒の海外輸出拡大を妨げる要因の一つに**温度帯の管理**がある。
- 冷蔵物流の仕組みが十分に構築されておらず、多くの酒蔵は、海外輸出(特に中国)を躊躇している傾向。

## さらなる輸出拡大に向けて

- **温度管理ロガー**の仕組み化に挑戦し、冷蔵物流の実態を調査
- 温度管理のデータを中国人ユーザーに提供することで、その**付加価値の啓蒙と需要**の有無を調査
- さらに輸出拡大に向け、**今後何に着手すべきか**明確化

## 我々の仮説

多くの日本産酒類(日本酒を含む)の輸出において、製品性質上、**温度管理**は重要な課題。  
商品を**フレッシュな状態**でエンドユーザーに届けることが、  
巨大なマーケットポテンシャルを有する中国での日本酒ファンの増加・  
ブランド力向上につながり、結果として中国向け輸出拡大につながるのではないかと。



## 検証内容

- (1) **温度管理ロガー**を活用し、酒蔵～中国倉庫までの**冷蔵物流**の実態を調査
- (2) 温度管理が行われた日本酒の**価値啓蒙**と現地ユーザーの**需要**の検証

## 2. 事業の成果

# 1. コールドチェーンを用いた日本酒の輸出実績

冷蔵物流を用いた酒蔵の輸出額は、中間報告時の想定より大幅に増加した。

中間報告時の見積もり  
(1.5億円) より  
**60%上昇 (2.4億円)**

**B to B**  
オフライン

現地飲食店  
小売店向け

**2.1億 円**

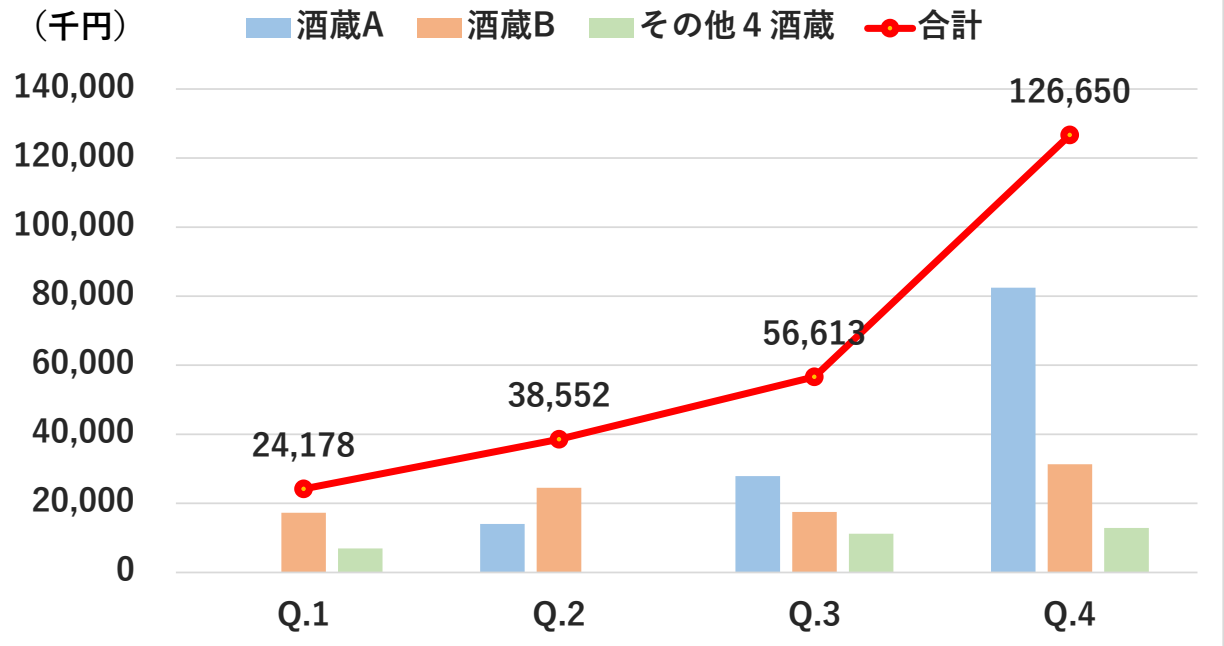
酒蔵A：1.2億 円  
酒蔵B：9,000万 円

**B to C**  
オフライン

現地展示会中心

**3,000万 円**

提携酒蔵の中国向け輸出額の推移 (2021年)



## 2. 温度管理ロガーの仕組みとスキャン結果

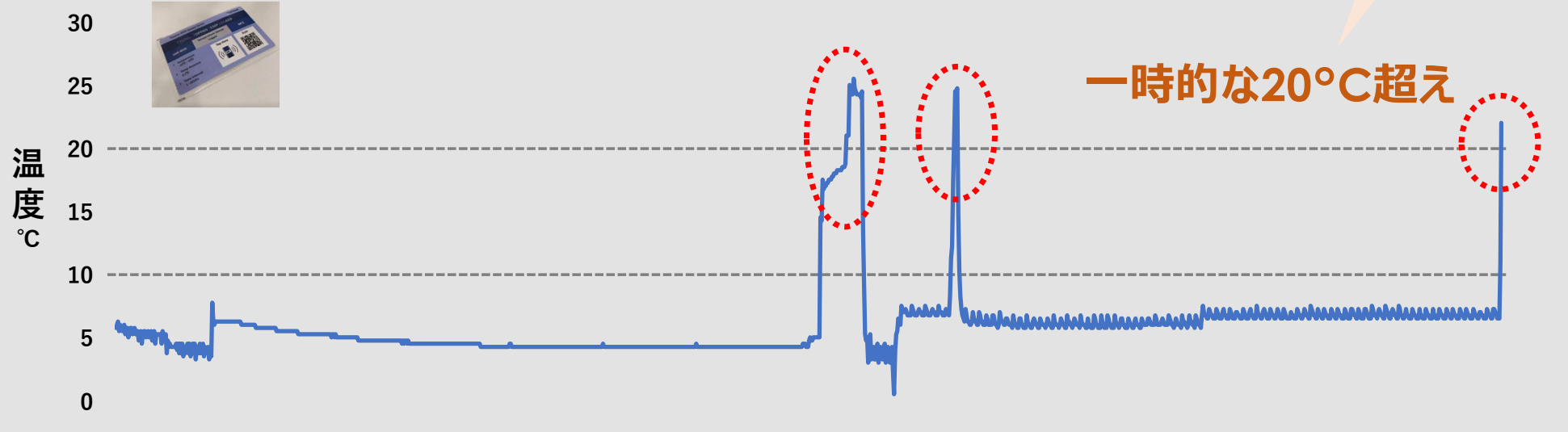
使用するロガーは管理温度の計測に加え、**トレーサビリティ機能**も付随。

これらの情報を**付加価値**として中国人ユーザーに発信することで、**本物認証**・品質担保を実現。

冷蔵物流の検証と付加価値向上の検証を可能とした。

実際の物流工程と照合すると、  
コンテナに積載する直前など  
外気に一定時間触れる**タイミング**において、  
温度が**”一時的に上昇”**することが判明。

提携酒蔵の日本酒ケースに貼られていたロガーの結果例（1,678イベントの温度推移）



### 3. 冷蔵物流（コールドチェーン）の啓蒙と需要の検証



**展示会**や**テイスティングイベント**を開催し、コールドチェーンの価値啓蒙と需要の検証を行った。

#### 展示会での試飲体験と冷蔵物流のPR

中国最大の食品・飲料展示会において、  
日本酒の魅力の紹介と合わせ、  
冷蔵物流のPR・温度管理商品の  
**飲み比べ体験**を実施。

#### テイスティングイベントによる検証

日本酒冷蔵物流の消費者検証を実施。  
テイスティングを通して、  
日本酒の「**温度管理の有無による、香りや味の違い**」  
に気づくかについて検証。

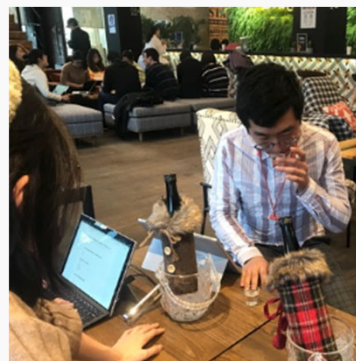
温度管理に関する**情報提供の前後**における  
中国人ユーザーの反応の差も併せて検証。



西安展示会 2021.7.24&25



深圳展示会 2021.9.10-12



ブランドテイスティング（上海市内）



### 3. 見えてきた課題と今後に向けて

# 本事業の成果と見えてきた根本的な課題（サマリー）



消費者検証を通して、ポジティブな結果が得られたと同時に、  
「中国向け日本酒輸出」という大きな枠組みにおける**根本的な課題**が明確となった。

1

展示会やテイスティングイベントを通じて、  
コールドチェーンによる日本酒の香りと味の違いには現地の中国人も気づき、  
**80%のユーザー**がそれをポジティブに評価。

2

コールドチェーンの説明に対する反応は全体的にポジティブで、  
通常の日本酒よりも**10-20%高く払う価値がある**というフィードバックを得られた。

← ..... その一方で ..... →

3

**中国全土**にわたる日本酒の浸透を通じた**土壌づくり**がまずは必要ではないか。

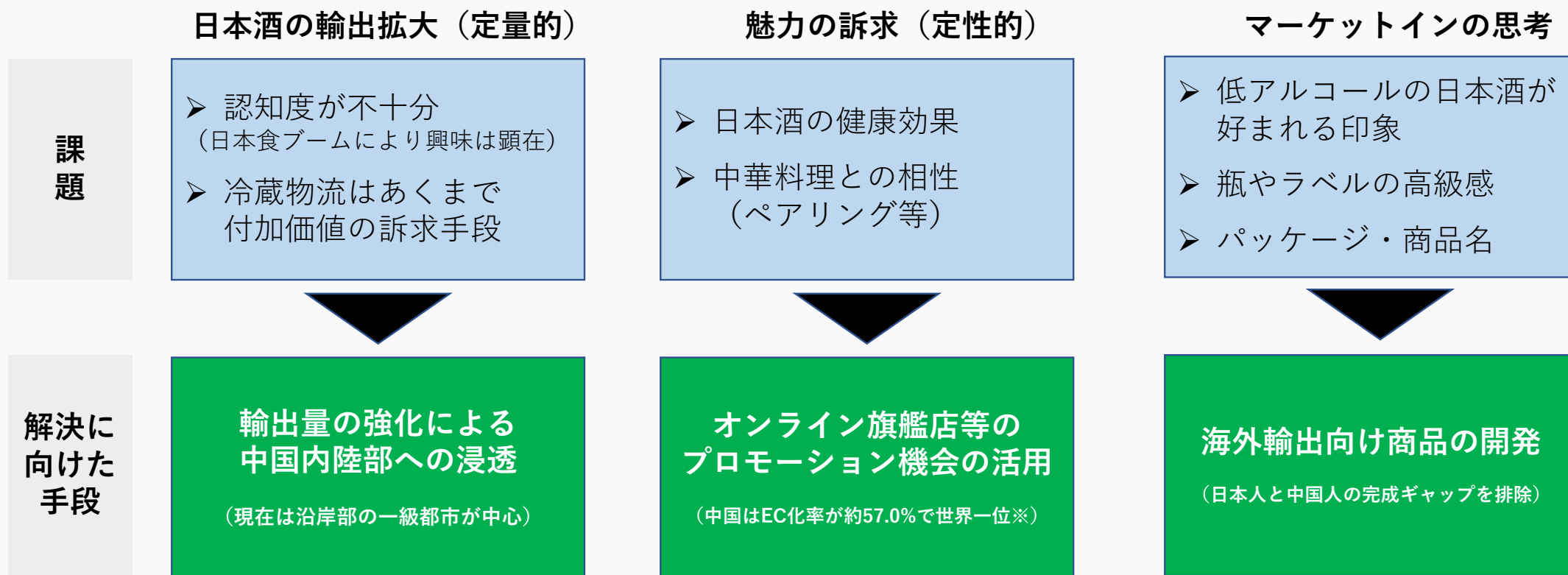
4

そもそも**日本酒の浸透度が限定的**であるため、  
**質に関する課題は顕在化しておらず**、コールドチェーンだから買うというほどの強い反応はない。

# 課題の分類と解決への方向性



得られた課題に対する具体的な解決方法として、3つの軸から分析した。  
中国内陸部への浸透、オンラインでのプロモーション、海外向け商品の開発が考えられる。



## (参考) 日本酒との関わり方のヒアリング結果



本事業では、実際に消費者インタビューを行った。

一級都市在住の男女（20–40代）10名に対する日本酒に関するヒアリングの結果は下記のとおり。

### 知っている日本酒銘柄

獺祭、十四代、松竹梅、白鶴、菊正宗、月桂冠

### 飲酒頻度

- アルコール全般
  - 月1回以上：10名
- 日本酒
  - 月1回以上：2名
  - 月に1回未満：8名

### 普段飲む場所

- アルコール全般
  - 自宅、友人の家、レストラン、バー
- 日本酒
  - 自宅、友人の家、レストラン、バー

### 日本酒の好み

- 6名：そこまで香りが強くないもの／さっぱりしているフルーティー／スパークリング
- 4名：わからない

### 日本酒の印象

- 普通、嫌ではないが、**トップチョイスには入らない**
- あまり味に慣れていない／特別な時に飲む程度の関わり
- 悪くはない／友人などと集まって飲むときに飲むくらい
- 好きではないが、嫌いでもない
- 日本食を食べる時だけ／家では飲まない
- 交流の際に飲む程度で、自分のために選ぶものではない
- 特に意見はなく、和食の時に思い出して飲む程度
- 気に入ってはいるが、和食料理屋に行った時には飲む

### 日本酒は自分がお酒に求めるものを満たすか

- はい：2名（ペアリングしやすい、そこまで酔わない）
- いいえ：5名（味が物足りない、飲むシーンが限られる）
- どちらとも言えない：3名（**ペアリングが限定的**、味が薄い）

今回の検証事業の結果を踏まえた

## 4. 今期のプロジェクトにおける取り組み

# 今期の取り組み内容



今期は、**日本酒の輸出量拡大**に着目し、面でのアプローチを推進すると同時に、ニーズが高まりつつある**オンライン旗艦店**でのブランド宣伝と冷蔵物流の付加価値を訴求。日本酒のみならず、日本産食品全体への波及を目指す。

## 日本酒輸出量 そのものを拡大

- 日本酒の中国向け大手輸出事業者と提携。
- 日本酒の大手輸出事業者の冷蔵物流を強化し、**面での拡大**を図る。



## オンライン・プロモーション

- 大手ECプラットフォームの**オンライン旗艦店**を活用。
- **EC化率の高い中国**ならではの効果的な訴求を実施。
- 日本酒のブランド宣伝と冷蔵物流の付加価値を啓蒙し、日本酒のイメージ向上と販売拡大を目指す。



## 日本産食品全体への波及

- 今回**新たな仕組み**として、日本産食品の冷凍・冷蔵物流の仕組みを構築。
- 日本産酒類のみならず、日本産食品全体の輸出拡大を目指す。

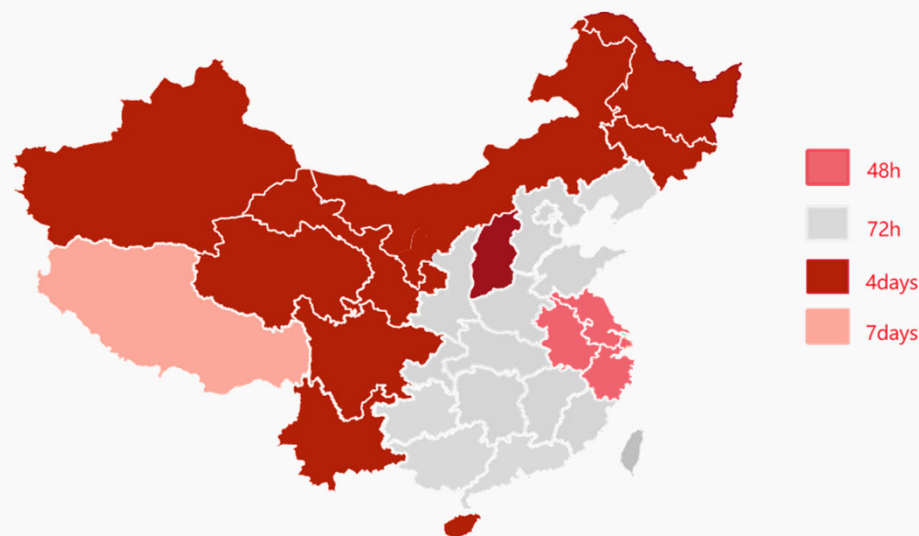
# 業界初の試み～日本産食品の冷凍・冷蔵物流での越境EC～



日本酒の **2～3倍** の市場規模を有する冷凍・冷蔵食品の中国越境ECの仕組みを構築。

冷凍・冷蔵保管が可能な個配拠点を設け、**ラストワンマイルの優先配送** を実現した。

- 倉庫は冷凍・冷蔵保管可能な個配拠点。
- ラストワンマイルは優先配送を行う。一部保冷剤を使用。
- 上海周辺は**48 時間**で配送可能。
- 通販における主要都市では**72 時間**以内の配送を実現。





合同会社オープンゲート

ありがとうございました。



【お問い合わせ】  
asyurei67@gmail.com

【HP】  
<https://www.opengate-crossborder.co.jp>