

写真で振り返る

オーストラリア酒フェスティバル出展支援報告書

目指せ！妙高発・外貨循環型地域経済モデル ～地域資源を世界とつなぐ新たな挑戦～



15/10/2025

これまでの歩み

2015～2017年

妙高ブランド開発研究会を設立

- ・ 地域資源の発掘と磨き上げを開始
- ・ 国内展示会・催事等への出展支援

2018年

上海ギフトショーでグランプリ獲得

- ・ 初の海外進出で国際的評価を獲得
- ・ かりんとうまんじゅう×ちびキャライラスト

2024年

米国ラスベガスWFFS2024出展

- ・ ジェトロロジャパンパビリオン40社に選出
- ・ 妙高の発酵食品文化を紹介



「経営発達支援計画」に基づく伴走支援

経営発達支援計画とは？

商工会・商工会議所が小規模事業者の経営力向上を図るため、市町村と連携して策定し、国（経済産業大臣）の認定を受けて実施する支援計画。

当所計画の最重要テーマ

管内における内発型産業の発掘と育成

これまでの認定履歴及び期間

2015年に初回認定を受けて以来、現在3回目の認定期間中で、期間は2023年4月から2028年3月までの5カ年。

取組への評価

2025年9月：日本商工会議所『事業活動表彰4選』に選出。
全国的に注目される取り組みとして表彰された。



評価のポイント

- ①小規模商工会議所（会員640・職員7名）のミニマムな組織体制ながら、JETROや専門家など他の支援機関を広範囲に巻き込んでの実践的・目づ・効果的な支援を実現している。
- ②成果や海外展開ノウハウを動画やオンデマンドセミナー等を通じて地域内外に発信する仕組みを構築している。



2025年の挑戦と目標

オーストラリア酒フェスティバル（シドニー）への出展支援

- 意義
- ・管内事業者の新たな販路開拓と海外展開支援
 - ・観光誘客の促進・地域のPRと観光地としてのブランディング
 - ・妙高ブランド×JAPOW（ジャパンパウダースノー）の世界発信
 - ・小都市モデル（妙高あらい）による世界市場への挑戦

オーストラリア市場選定の理由

妙高市はオーストラリアからのスキー観光客が多く、2023年末時点で年間62,000人が訪問。当市を訪れるインバウンド観光客のおよそ半数を占めており、パウダースノー「JAPOW」の聖地として「MYOKO」の認知度は更に高まりつつある。観光をきっかけに関心が集まる当地が長い時間を掛けて育ててきた「妙高ブランド」商品は、オーストラリア市場との親和性が高く、今後の販路開拓に大きな可能性を秘めていると判断。

オーストラリア酒フェスティバルの概要

イベント名：Australian Sake Festival 2025 Sydney

会場：Carriageworks (Eveleigh, NSW) ※1880年代に建てられた元鉄道車両の工場跡

会期：2025年9月27日（土）～28日（日）

出展者数：84社、酒類400種類以上

来場者数：8,000人

初日①2,200人②2,200人 / 2日目①1,700人②1,900人

入場チケット価格：一般A\$69（約7,000円）

出展者紹介～オーストラリア市場への進出に意欲的な管内事業者を公募～

有限会社かんずり

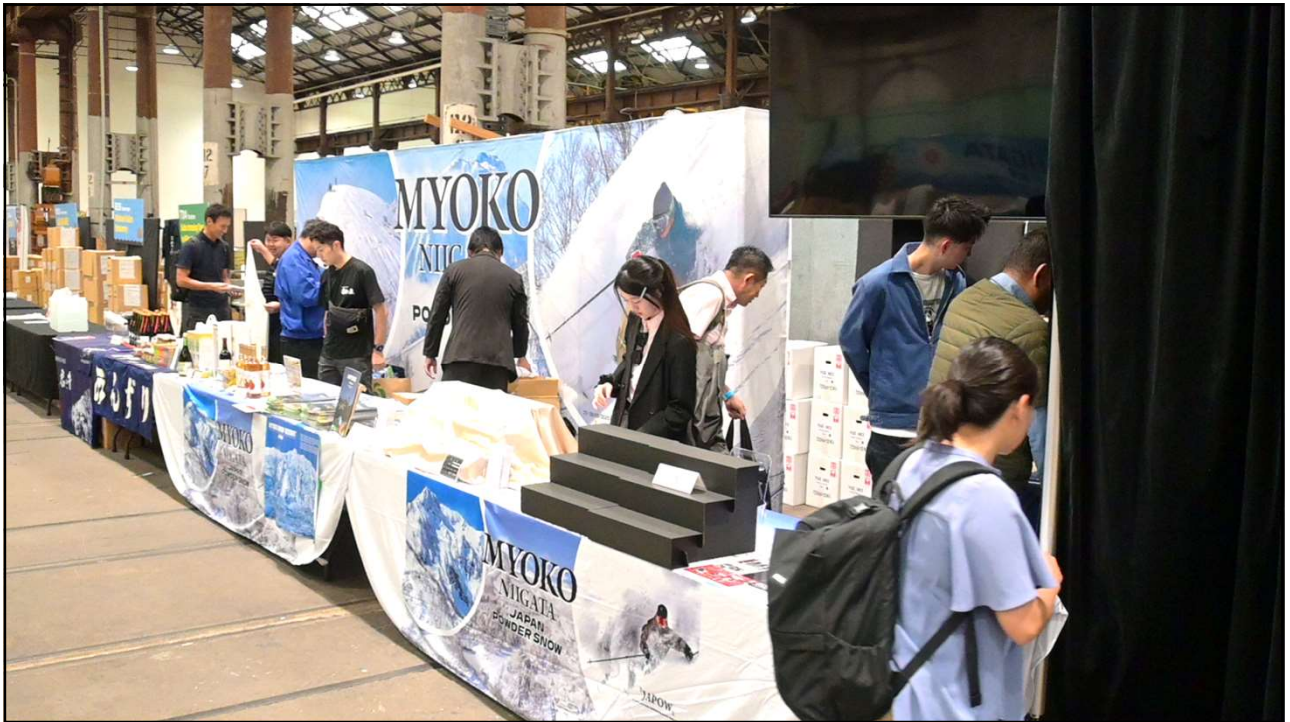
君の井酒造株式会社

須弥山合同会社

マル二西脇株式会社

株式会社ミヤトウ野草研究所

一般社団法人妙高ツーリズムマネジメント 計6社













Information about
the 'KANZURI' Chili Paste



かんずり







KIMINOI

Niigata Myoko SAKE









"VALUE CREATION WITH THE AIM OF BEING
THE ONLY ONE" GENUINE JAPAN JEANS
WITH NATURAL INDIGO.



マルニ西脇株式会社 代表取締役 西脇謙吾
Maruni Nishiwaki Co., Ltd. Representative Director Kengo







Dedicated Solely to Fermentation

Miyato Yaso Institute Co.,Ltd.

Miyato Yaso Institute Co., Ltd.

Sales Department Motoki Shimotori, Masaya Sato

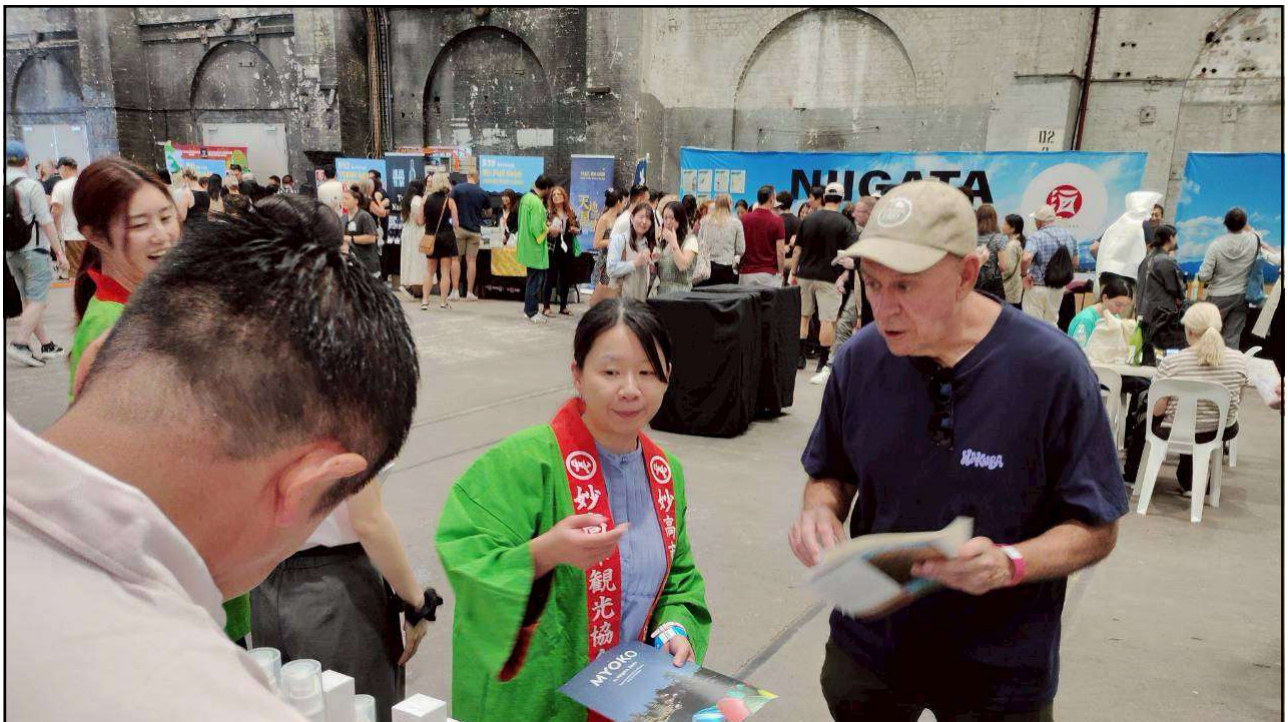






JAPAN DMO
MYOKO TOURISM MANAGEMENT
妙高観光局
妙高ツーリズムマネジメント

























主な出展支援の内容

①「オーストラリア市場開拓セミナー」の開催

講師：ジェトロ新潟 新潟貿易センター 所長 宮尾正浩 氏
(オーストラリア駐在経験あり)

②JAMS.TV（主催企業）との調整（特別仕様ブース構築・セミナー他）

③出展に向けたタスク把握とスケジュール管理

④販売および商談実績管理（Googleフォームとスプレッドシートの連動）

⑤来場者アンケートによるニーズ把握

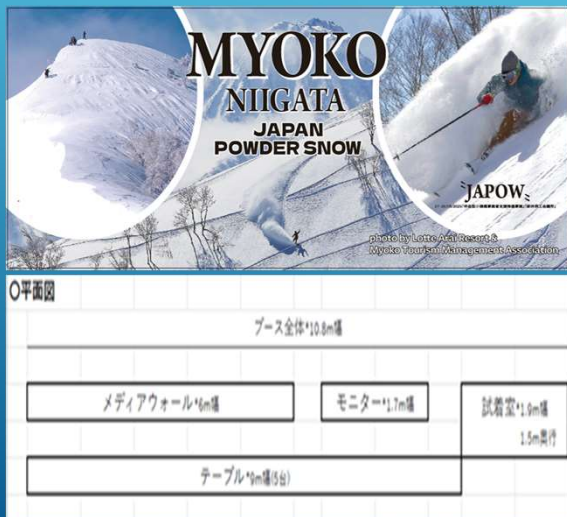
(アンケート調査には妙高ツーリズムマネジメント・株式会社オガワが協力)

①オーストラリア市場開拓セミナーの様子（7/17）



② JAMS.TV（主催企業）との調整

特別仕様ブース構築



【基本構成】

・テーブル：幅180cm × 奥行50～60cmの長机を5台、横一列に配置（合計約9m）

・各社の使用幅：1社あたり150cm

・ブース奥行：200cm

【実質活動スペース】

・テーブル奥行（約50cm）＋背面メディアウォール（約30cm）

→ 実質活動スペースは壁から約100cm程度



←テーブルクロス設置イメージ



③出展に向けたタスク把握とスケジュール管理

出展者 ⇔ JAMS.TV（主催企業）✗



出展者 ⇔ 当所 ⇔ JAMS.TV

（随時メール・WEBにて）

多忙な事業者の出展準備を伴走サポート

④販売および商談実績管理

写真：（Googleフォームとスプレッドシートの連動）

酒フェス 入力フォーム（【A】 有限会社かんずり 専用）

このフォームは指定の会社専用です。来場日 → 商品数量入力 → KPI の順です。

ysuzukiaraicci@gmail.com アカウントを切り替える

共有なし

* 必須の質問です

来場日 *

☐ 2025-09-27

☐ 2025-09-28

時刻（任意・自由入力）

回答を入力

次へ

フォームをクリア



AUS酒フェスティバル2025										
ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ 酒フェス										
100% 123 デフォ...										
H6	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	指標	9/27	9/28	計	来場者	商談	成約	商談成約率	売上達成率	
2	売上(AUD)	12035.00	6881.00	18716.00						
3	目標(AUD)	14587.00	14587.00	29174.00						
4	KPI	200.00	6.00	4.00						
5	商談成約率	66.7%								
6	売上達成率	64.2%								
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										

アンケート調査には妙高ツーリズムマネジメント・株式会社オガワが協力。

[illegible]

目標：達成率 100%

①売上金額：出品商品（持参）数×AUD建て商品単価

②商談成約数：2件

35

成果①

売上及び商談成約実績

- ①売上総額 18,716 AUD（2日間）※日本円でおおよそ180万円
目標達成率 64.2%（全体）※飲食関連は100%超
- ②商談成約数 4件（商談数6件） ※10/7時点
目標達成率 200%
- ③アンケート有効回答者数 104名（英語対応フォーム）

成果②

来場者アンケートの実施による情報の収集 （認知度・観光・商品etc）

以下、認知度・観光の項目より抜粋

- ・ 妙高認知度：20% → イベント後 80%が「訪問したい」と回答
- ・ 訪問意向要因：温泉（1位）＞地元食（2位）＞スキー（3位）
- ・ 情報源：Instagram（32.1%）＞口コミ＞YouTube
- ・ コメント例：「雪と桜のコントラストが美しい」「日本酒文化に感動した」

※回答者104人（2日間）、QRコードを読み込みアンケートに回答、回答者には妙高オリジナルグッズを進呈した。

アンケート結果に見るすぐに活かせる示唆

20代の認知強化が最重要：Instagram / YouTubeで短尺動画・試食/試飲の体験訴求を強化。価格への敏感さも示唆されるため、50-100 AUDの主力帯に合わせたトライアルサイズやスターター商品で入口を用意。

50歳以上は比較的認知が高い：JAPANESE CULTURE×高品質訴求がはまりやすい層。価格に説得力を持たせる作り手・産地ストーリーや受賞歴・専門性で価値説明を厚く。

購入障壁の3本柱（価格・認知・使い方）への対策

- ①価格：主力を50-100 AUDに最適化、上位ラインはギフト設計で価値補強
- ②認知：Instagram × リール、イベントでのタッチポイント増
- ③使い方：レシピ/ペアリングのミニカードや短尺HOW-TOを同梱・配信

チャネル配分：イベントや現地体験での成約ポテンシャルが高い一方、英語EC・豪州小売の“**常設入手経路**”が障壁解消の鍵。ENオンライン+豪州小売連携の両輪を早期に整備。

成果の波及効果

1. 妙高ブランドの海外認知度と好意度の向上。
2. 管内企業の海外展開意欲・販路拡大への大きな自信に。
3. 現地企業・バイヤーとの継続取引交渉が進行中。
4. 妙高ツーリズムを軸とした観光誘客・地域消費の好循環モデルが形成。

現状の課題と必要な支援

現状の課題

- ・ 輸送・通関・決済などの海外販売インフラが脆弱。
- ・ 海外向けプロモーション（英語サイト・動画・SNS運用）の体制不足。
- ・ 継続出展・現地販売を支える人材・資金支援が必要。

必要な支援

- ・ 販促費・輸送費への支援制度拡充。
- ・ 海外展示会出展支援の恒常化。
- ・ 「Myokoブランド」統一の海外発信体制構築への協働。

今後の展望

・ 2026年7月：メルボルンでの展開を検討。

2026年7月開催予定のメルボルン会場は、世界遺産である「ロイヤル・エキシビション・ビルディング（王立展示館）」⇒更なる誘客・プロモーションの場となることに大きな期待がもてる。

・ 豪州現地販売・越境EC（英語サイト連携）による継続的収益化。

オーストラリア国内への直接的あるいは間接的な販売網を開拓。

・ 妙高ブランドの「輸出・観光・文化」三位一体モデルを構築。

地元企業を主体とした輸出やインバウンド観光の促進、地元文化の発信による「妙高発・外貨循環型地域経済モデル」※1 を目指す。

※1 外貨を稼ぎ地域に循環させる仕組み。まずは地元企業にお金が残る仕組みづくりを。

その他

・日本商工会議所から国への経済対策要望

（海外の現地進出が困難な）中小企業・小規模事業者の**現地代理店を活用した販路開拓支援**については、今月中の公表・発出を予定している、新政権への経済対策要望の中に早速盛り込んでいただくとともに、事務方である中小企業庁との意見交換でもその必要性を強く訴えてもらう方向で調整済み。

・新潟県の動き

現在次年度の予算要求開始の時期。R8年度は豪州市場の販路開拓支援に一層注力する方針を固めたとのこと。今回のMYOKOモデルを参考に日本酒に限定しない広範囲な産業の支援を検討している。

結び

雪国の小都市・妙高が、世界市場で存在感を放つ。

本事業は、単なる海外出展支援に留まらず、**地域産業と観光を融合した地方創生モデルの実証**である。

今後も行政・企業・地域が一体となり、「**MYOKO**」を世界ブランドへと育てていく。



ご清聴いただきありがとうございました。