

ジェトロ
輸出プロモーター事業
(農林水産物・食品分野)
事例集

2025年5月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産食品部市場開拓課



専門家によるマンツーマンの一貫支援

輸出プロモーターによる支援サービス(農林水産・食品分野)

こんな時におすすめ

- 1 自社製品の海外への販路拡大を実現させたい。
- 2 海外見本市に出てみたけれど後が続かない。
- 3 バイヤーやマーケット情報の収集を深めたい。

SOLUTIONS

対象
分野

農林水産・食品分野

日本産農林水産物・食品の製品を持つお客様が、自力で安定的に輸出できる体制を構築し、輸出国・地域を広げるために、商社や食品メーカー等で海外事業の実績を積んだ専門家が支援します。海外販路開拓に向けた戦略策定、マーケット・バイヤー情報の収集から、海外見本市への随行、バイヤー・商社等との商談同席、契約締結までを一気通貫でサポートします。

アドバイスは無料

* 海外への売り込みのための商品パンフレット作成費用、ご自身の渡航費等はお客様負担となります。

- 利用対象：日本国内で生産・加工された農林水産物・食品の輸出に取り組む事業者
- 利用方法：本サービスはジェットロで審査のうえ、ご利用いただいております。



お問い合わせ先：以下の連絡先、または最寄りのジェットロ国内事務所にご連絡ください。
農林水産食品部 市場開拓課
TEL: 03-3582-5649

目次

大分類	小分類	都道府県	事業者名	業種	輸出先	大分類	小分類	都道府県	事業者名	業種	輸出先
水産物	本マグロ	福岡	(有) 九州マグロ	卸売業	米国、UAE、 バーレーン、 韓国、EU等	日本酒	長屋王（国 別予約制）	奈良	(株) 中本酒造店	製造業	米国、中国、シ ンガポール、ド イツ、フランス
水産物	のどぐろ等	島根	(株) SOL JAPAN	卸売業	米国、 東南アジア	日本酒	百十郎 （無添加乳 酸菌発酵）	岐阜	(株) 林本店	製造業	米国、台湾、 英国、韓国等
水産物	冷凍牡蠣	兵庫	(株) 播磨灘	卸売業	シンガポール、 タイ、マレーシ ア、ベトナム等	日本酒	輸出限定銘 柄（ビーガ ン認証）	宮城	(株) 田中酒造店	製造業	カナダ、スペイ ン、インドネシ ア、豪州等
水産物	ホタテ	青森	(株) 味の加久の屋	卸売業	米国、オランダ、 シンガポール、 豪州等	日本酒	真心（地元 住民175名 が株主）	岩手	磐乃井酒造 (株)	製造業	米国、英国
水産物	ぶり、鯛	愛媛	(株) 宇和島プロジェクト	生産者 卸売業	米国、カナダ、 シンガポール、 台湾	日本酒	七冠馬（泡 無し酵母）	島根	簸上清酒合名会社	製造業	香港、台湾、 ドバイ、タイ、 マレーシア
水産 加工品	かまぼこ、 おでん	高知	(有) 山本かまぼこ店	製造業	インドネシア、 香港、シンガ ポール	日本酒	鏡山 （四季醸 造）	埼玉	小江戸鏡山酒造 (株)	製造業	米国、香港、 マカオ、 フィリピン等
豆 加工品	おから パウダー	群馬	(株) OKM	製造業	マレーシア、 台湾、 スウェーデン等	菓子類	ラングド シャ	大分	マルトウ物産販売 (株)	製造業	中国、米国、 EU
豆 加工品	煮豆、蒸豆、 豆菓子	愛知	日本レトルトフーズ (株)	製造業	米国、台湾、 香港、 ベトナム等	菓子類	月寒あんぱ ん、冷凍あ んドーナツ	北海 道	(株) ほんま	製造業	米国、 シンガポール
蒟蒻 加工品	こんにゃく スイーツ	熊本	マルキン食品 (株)	製造業	韓国、香港、 マレーシア、 ドイツ、米国等	菓子類	べっこう飴	栃木	(株) 野州たかむら	製造業	米国、台湾、ベ トナム、オラン ダ、イタリア等
果実 加工品	みかん ジュース	和歌 山	(株) 早和果樹園	生産者 製造業	香港、中国、台 湾、フランス、 米国、タイ等	菓子類	グミ、清涼 菓子、チョコ コ等	岡山	カバヤ食品 (株)	製造業	韓国、中国、 香港、タイ、 台湾、米国等
コメ	有機米	石川	かが有機農法研究会	生産者	台湾、 フランス、 ドイツ、米国						



輸出商品開発と、きめ細かい顧客対応により継続輸出実現

所在地：福岡県北九州小倉 HP：無し

主な輸出品目：地中海蓄養本マグロ冷凍柵

主な輸出先：米国、UAE、バーレーン、韓国、EU、中国

背景

- 有限会社九州マグロは、冷凍刺身用マグロの専門業者。特に地中海蓄養本マグロ、遠洋延縄漁船(韓国船籍3隻)に関しては深い専門性を有しており、取扱量は日本大手業者の一つと位置付けられている。
- 地中海蓄養本マグロ販売拡大の為に、全社的な輸出体制の確立と海外販路開拓のノウハウ習得が必要となり、輸出プロモーター支援事業を活用することになった。

取組・支援

- 基礎貿易実務に関する知識習得に向け徹底指導し、貿易の仕組みへの理解を社内共有化した。
- JETRO商談会をきっかけに、国内外バイヤーと協働し、大手には対応困難な小口対応、エンドユーザーの要望を反映した輸出商品を開発すると共に品質低下防止の為に輸送方法を研究確立し、米国、中近東向けに、冷凍蓄養本マグロ柵の空輸輸出を開始、現在定期的に輸出が継続している。
- その間専門家は、海外バイヤーとの各商談にて同席支援、そのフォローアップ、新市場への取組構築提案、海外向け英文HPの指導、海外情報の提供、プレゼン資料作成の指導支援等を実施しながら同商品の他国向け横展開を指導した。

成果・展望

- 輸出は昨年比10%増加。2024年末、社内に貿易部を設立。2025年前半、HACCP取得予定等、同社輸出体制は着実に構築中。現在新規販路先として南西アジア、中南米を開拓中。



ブロックから加工された柵



空輸前の梱包状態



現地店にて握り寿司へ調理

株式会社 SOL JAPAN



島根県のお魚の美味しさを世界へ発信する

所在地：島根県松江市 HP：<https://sol.co.jp>

主な輸出品目：生鮮水産物

主な輸出先：米国、東南アジア

背景

- 島根県の天然水産物の輸出を行うためにどうしたら良いか？同社はジェトロ松江（現ジェトロ島根）を訪問し相談。ジェトロ商談会への参加を薦められて、東京本部の輸出商談会に初参加。ゼロからのスタート。
- 輸出取組を推進するノウハウ不足、外国語対応が難しいため、専門家のハンズオン支援を活用して本格的に輸出に取り組むことを決断。

取組・支援

- 島根県の天然水産物は魚種的にも、他産地と比べて知名度は高くないが、同社の輸出に対する熱意、生鮮魚取扱技術はどこにも負けない強みがあることを前面に出して輸出商談に取り組むこと、輸出取組の自立体制の構築を目指すことをベースに支援を開始した。
- 専門家のアドバイスに基づく資料作成、商談準備を行い、国内外オン・オフ商談会に積極的に参加、商談プレゼン・フォローをきめ細かく、粘り強く実施しファンを増やしていった。
- 輸出に取り組む姿勢を社内外に明確に示すために、田中屋鮮魚店からSOL JAPANに社名変更、本社・加工場を移転しUS HACCP認証も取得した。ジェトロ海外育成塾に社長自ら参加し、商談スキル・貿易実務の勉強も並行して行った。またSNSも積極的に発信、活用した。
- 輸出商談を通じて国内輸出商社経由、台湾・シンガポール向けトライアル鮮魚空輸輸出を開始した。結果が良好であり海外顧客の評価が高かったこと、同社の継続商品開発、きめ細かいフォローが、その後の米国向け、東南アジア向け輸出拡大につながった。

成果・展望

- 同社取扱の輸出比率は支援開始前の0から20%超に拡大した。
- 島根県の漁師のために魚価維持、未利用魚の活用等、地域水産業への貢献意識が非常に高く生鮮水産物に加えて水産加工品の開発も継続し輸出拡大を図っている。



ジェトロバンコク商談会

シーフード
ショー東京



ジェトロ米国中西部商談会

株式会社 播磨灘



同県JETRO支援企業の成功例を踏襲。 アドバンテージを可視化することで輸出拡大。

所在地： 兵庫県姫路市 HP: <https://harimanada.co.jp>

主な輸出品目： 冷凍牡蠣

主な輸出先： シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム、フィリピン等

背景

- **姫路中央卸売市場の荷受企業のグループ**であり、従来は国内市場向け販売が大半であったが、冬期に集中する売上の平準化と、地元の主要産業である養殖牡蠣の拡販のため輸出を検討。
- 原材料調達の強みを活かして、近隣の生産者(漁協)からの安定集荷を実現させるとともに、先に支援終了した同県企業の成功例に倣って輸出プロモーター支援を活用して輸出に挑戦。

取組・支援

- **保有する新鋭の凍結設備(プロトン凍結機)を最大限に活用する商品規格を設定**。さらに、**国内とは異なる喫食スタイルに対応**するため「10個入り袋」を「12個入り袋」に変更。1ダース(または、ハーフ)で提供される実際のメニューに合わせることで、ロスの抑制など、ユーザーにとってのメリット**“ユーザベネフィット”**をアピール。
- 商品のコンセプトを共有する国内の輸出商社主要5社に対して、**無用な競合を避けるため輸出対象国を割り振って提案営業を展開**したことで、ASEAN各国においてそれぞれ拡販に成功。
- 解凍方法、調理例を販促資料で丁寧に解説するとともに、鮮度、ロス率、モニタリング評価の内容開示、など、冷凍牡蠣の多くの**アドバンテージを可視化**することで、これまでの冷凍牡蠣に対する評価を一変させることが出来た。

成果・展望

- 支援開始前の輸出額4000万円は、3年後の**支援終了年度には9.8億円(24.5倍)に大幅に増大**。海外からの注文に応じられないほどになったため、原料となる牡蠣の集荷拠点を増やすなど生産量の拡大につとめているが、**品質基準を厳格に維持して海外ユーザーの信頼度を損ねない品質管理の徹底が求められている**。

About oysters that grow in one year



Oysters from other regions are 2-year and 3-year oysters that have grown for 2 to 3 years, but Harimanada oysters are “one-year oysters” that grow in one year.

Because the sea is rich in the phytoplankton that oysters feed on, they reach shipping size within a year.

In addition, the producers make efforts to clean up the seabed once a year and limit the number of rafts to prevent overcrowding and distribute nutrients to each oyster.

クリーンな海域で1年で生育

About frozen shell oysters



Frozen shelled oysters (for raw consumption) using the latest freezing technology “Proton freezer” are our main frozen products.

We limit the season from January to May, which is said to be the most delicious, and freeze the highest quality oysters using the freezer with the highest technology. You can make oysters with more sweetness by freezing them.

Because it is eaten raw, it is delicious raw, steamed or grilled, and can be enjoyed for a variety of purposes.

We deliver delicious oysters all year round, not just during oyster season.

プロトン凍結(電磁波凍結)で鮮度を保持

About oysters with shell



Harimanada sea area : 30-35%
Others : 20-25%

As a feature of oysters in the shell, the biggest difference from other production areas is the large difference in the yield of the edible part.

The edible portion of the oysters from other regions accounts for 20-25% of the total weight, while the Harimanada oysters account for 30-35%. *In-house research

When you open the shell, the oyster meat is tightly packed.

他産地と比較して身入りが良好

株式会社味の加久の屋



ボイルホタテのEU-HACCPを取得。 オランダ向け販路開拓、EUに輸出拡大。

所在地： 青森県八戸市 HP : <http://www.kakunoya.co.jp/>

主な輸出品目： ボイルホタテ、ズワイカニ、煮魚

主な輸出先： 米国、オランダ、シンガポール、香港、オーストラリア

背景

- 株式会社味の加久の屋は八戸缶詰グループで製造した青森県産品を原料に、常温、冷蔵、冷凍の温度帯製品を国内外に販売。鯖缶が主力商品だが、近年原料の水揚げ量が減っており、サバ缶の売上が減少。[独自製法の青森県陸奥湾産ボイルホタテの販売を強化](#)。
- 欧米ではホタテの貝柱は人気だが、ひも付きのホタテを食べる文化がなく、輸出量が少なく、EU-HACCP取得の実績もなかった。しかし、実際に現地のバイヤー、シェフに試食してもらったと高い評価を得て、市場開拓する価値があると考え、認証取得、販路開拓に取り組む事にした。

取組・支援

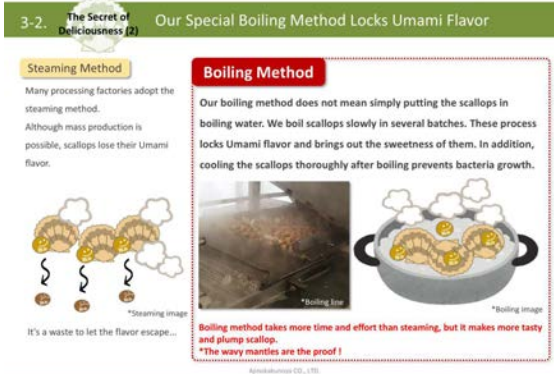
- 欧米向け販路開拓において、品質の高さ、味を伝えるため北海道ホタテとの違い、味の加久の屋の独自製法による[品質の良さを説明するプレゼン資料](#)や自然豊かな[青森の陸奥湾で育ったホタテの良さを伝えるため、産地から水揚げされ、工場で加工されるまでの英語のプレゼン動画、レシピ紹介動画を作成](#)。
- 米国日系スーパー現地プロモーションの実績を生かし、[ノルウェーでシェフに向けてのプロモーションと商談を実施](#)。EUのシェフに味、品質の評価が高い事を確認し、ニーズ把握と市場調査を行った上で、[EU-HACCP取得に向けて対応。認証取得後にジェトロ・ワルシャワ、ウィーン商談会に参加し、EUバイヤーと商談し、オランダ向け成約し、EU向け初輸出](#)となった。
- [米国向けについて](#)、既存の販路は日系スーパーのみであったが、レストランシェフへの営業を開始。[現地ディストリビューターと連携し、業務用販路開拓に取り組みを強化](#)。

成果・展望

- 支援により、[ボイルホタテのEU-HACCP取得、オランダ向け初輸出が開始](#)。オランダバイヤーと共同出展で、スペインの見本市出展を予定しており、さらにオランダからEU全体に販路拡大を図る。
- [開始前と比較し、輸出額が約20%増加し、スーパー、量販店以外のレストラン向けの引き合いも増加](#)し、ボストンシーフードショー出展を予定しており、さらに輸出拡大に取り組む。



オーストリアウィーン商談会



味の加久の屋独自のボイル製法



ノルウェーのバイヤーシェフ向けプロモーション

株式会社宇和島プロジェクト



オリジナルブランド「MIKAN HAMACHI」を訴求し、米国スーパー、レストラン向けが売上拡大。

所在地： 愛媛県宇和島市 HP : <https://www.project-u.jp/company/>

主な輸出品目： みかんぶり、みかん鯛

主な輸出先： 米国、カナダ、シンガポール、台湾

背景

- 株式会社宇和島プロジェクトは愛媛県の特産品ミカンジュースの搾りかすを魚のえさに混ぜるみかんぶり、みかん鯛を開発。褐変変色を防止するだけでなく、柑橘の香がする「みかん魚」は魚の苦手な子供や女性にも人気が高い。また、廃棄物であるみかんの搾りかすを活用する事で**サステイナブル・シーフード**として、国内の大手チェーン店、海外バイヤーからも評価されている。
- これまで、国内卸を通じて輸出をしていたがコロナ禍で輸出額が激減。本格的に輸出に取り組むため、海外では知名度のないみかんぶりを輸出実績の高い米国をメインターゲットとして、輸出プロモーター事業を活用し、戦略的に取り組みを開始。

取組・支援

- 専門家として、ジェトロ商談会の参加、**ジャパンパビリオン出展を積極的に活用した戦略**を提案。現地バイヤー、シェフと商談をし、現地ニーズを把握しながら、「ロイン」「ドレス」「スライス」冷凍、チルド等、**顧客ニーズに応じた幅広い提案に答える事ができる商品リスト**を作成。商談後のバイヤーへの**商談フォローを集中的に行い成約に繋げた**。
- 既存のぶりとの差別化を図るため「**MIKAN HAMACHI**」のブランド名を訴求。採用レストランにおいて「MIKAN HAMACHI」の特徴を現地の**シェフだけでなく、サーバーにも直接、プレゼン**し、説明する事で、レストランの人気メニューとなり、現地サーバーが顧客にお勧めし、定着し、米国だけでなく、カナダののレストランへの採用にもつながった。
- 「MIKAN HAMACHI」を訴求する事でハワイドン・キホーテ（29店舗）で取扱いが開始。同店のブりの売り上げが4～5倍UPと追加発注につながった。

成果・展望

- 支援開始前と比較し、**輸出額が14倍に増加し**、米国、カナダの新規取引先が開拓された。現在も、米国、カナダの大口の商談が継続中で、本社工場を**海外輸出専用工場として、FSSC22000を取得し、生産量を拡大する予定**である。
- ボストンシーフードショーに出展し、さらに輸出拡大に向け取り組んでいる。

水産物

2024年度支援中



米国ハワイで販売されたみかん鯛のチラシ

デンバー商談会の様子



Tuna (2 pc) 半	
B.F. Toro (Fatty) Spain	16.00
Zuke Maguro (Soy Marinated Tuna) Spain	12.00
Aburi Bincho Toro (Abacore Tuna) Canada	13.00
Fish from Toyosu Market Tokyo Japan (2 pc) 半	
Aburi Motate (Seared Scallop)	14.00
Motate (Scallop)	13.00
Mikan Hamachi (Mandarin Yellowtail)	12.00
Aji (Spanish Mackerel)	14.00
Kinmedai (Goldeneye Snapper)	14.00
Sawara (King Mackerel)	13.00
NS Sawara (King Mackerel)	14.00
Kohada (Japanese Shad)	14.00
Igatsuo (Japanese Bonito)	13.00
Inaga (Long Tailed Red Snapper)	13.00
Amasui (Barracuda)	14.00
Edai (Japanese Butterfish)	14.00
Medall (Japanese Butterfish)	14.00

デンバーの和食レストランのメニューにみかんぶりが採用

有限会社山本かまぼこ店

水産加工品

2024年度まで支援



冷凍技術の向上とHALAL認証で勝機を見つける

所在地：高知県 HP：<https://muroto-kamabokoya.jp/>

主な輸出品目：かまぼこ、おでん

主な輸出先：インドネシア、香港、シンガポール

背景

- 有限会社山本かまぼこ店の練り物製品は国内では地元室戸のスーパーやコンビニ、首都圏の百貨店に販路を持つ。グレードに応じて日用品・ギフト需要に対応している。近年国外からも問い合わせが増え、海外輸出に対応すべく冷凍技術を向上させた。結果、賞味期限を1年、さらに解凍後も出来たと変わらぬ風味、歯ざわりを実現させた。

- また同社は輸出販路を広げるべくHALAL認証を取得し、インドネシア、マレーシア、中東、加えてシンガポールやベトナムへの新規販路先を目指すべく輸出プロモーターの支援を活用することとなった。

取組・支援

- コロナ禍で支援がスタートした支援企業は専門家のサポートを受け、オンラインの商談機会を活用し、ベトナム、マレーシア、ドバイのバイヤーと商談を重ね新規の成約を勝ち取った。オンライン商談では、商品の特徴や差別化ポイント、企業の取組をまとめた資料が武器として活躍した。

- 国内商社を通じて間接輸出があった先（PT Libra Indonesia）への販売量を増やすため、ジャカルタで開催されたFHI（Food & Hospitality Indonesia）展示会に参加。展示会での好反応が実り1品の商品ラインアップがさらに3品に追加されるに至った。展示会参加に当たっては準備・展示会会期中・展示会後の商談フォローアップまで一貫して専門家のサポートを受けた。

成果・展望

- 支援開始前と比較して、ベトナム・マレーシア・ドバイ・カタール・オーストラリア、5か国へ新規輸出先国が増えた。今後は新たな輸出先の開拓より、インドネシアの例のように既存先の輸出量を増やすため展示会の参加・プロモーションの実施を重ねる。



土佐の皿鉢料理



FHI（Food & Hospitality Indonesia）の様子



新規採用された「かまぼこトーフ」

株式会社OKM



バイヤーの要請であるバルク販売に対応して受注に成功
～小売用から業務用販売にも対応し売上倍増へ

所在地： 群馬県藤岡市 HP : <https://okara-la-life.com/>

主な輸出品目： おからパウダー

主な輸出先：マレーシア、台湾、スウェーデン、等

背景

- 株式会社OKMは日本の伝統食品である豆腐製造の副産物である「おから」の優れた栄養成分と様々な効能に着目しこれを健康に良い食品として商品化し販売している。
- 国内販売での成果をもとに、これを世界中の人々に提供したいと輸出への取組を開始するにあたり、輸出プロモーター事業の支援を活用することとした。

取組・支援

- 輸出プロモーターの専門家の助言を得ながら、まず「おから=OKARA」という食品を視覚で理解してもらう為の施策として商品及び使い方（食べ方）を紹介する「動画」（英語版）を作成し、オンライン含めた商談会等でバイヤーに提示すると共に、商品のキーワードとして、グルテンフリー、低糖質、高蛋白質、高食物繊維、低カロリー、に加え食品ロス低減に寄与する食品としてSDG'Sを謳うことで、世界の食のトレンドであるビーガンやサステナビリティに見合う優れた食品であることをアピールした。

更に、インスタグラム等SNSを活用して世界中のフォロワーに英語による商品紹介やレシピ提案を発信し多くのファンを獲得することができた。

- こうした努力が実を結び、マレーシアの健康食品を取り扱う業者から引き合いがあったが、同バイヤーはこれを自社ブランドのパック商品及び他の粉類とブレンドした自社ブランドの「ミックス粉」に使用する業務用として、バルクでの供給を要請、吸湿性の課題の解決も含めその対応に努力した結果、一定量の継続取引を実現できた。

成果・展望

- 輸出については、従前は小売用商品として百数十万円の実績があったが、業務用ニーズに対応したことで一定量の纏まった数量で継続取引の成約を獲得し売上は倍増した。

今日では、台湾向けに「おからパウダー」をベーグル等の原料、又、スウェーデン向けには餃子の具材等、食品原材料として業務用の新たな販路を専門家の支援を得て開拓し、輸出先と輸出量の拡大に取り組んでいる。



顧客ブランドの「OKARA POWDER」と「おからパウダー」を原料に使用した顧客ブランドのミックス粉
(マレーシア)



「おからパウダー」を使用して作ったベーグル（台湾）



日本レトルトフーズ株式会社

豆加工品

2024年度まで支援



海外顧客との相互信頼関係の構築に尽力し、安定取引を実現 ～ 顧客との新商品共同開発も。

所在地： 愛知県岡崎市 HP： <https://www.nichireto.com/>

主な輸出品目：各種豆類の加工品（煮蒸豆、豆菓子、等）

主な輸出先：米国、台湾、香港、ベトナム、等

背景

- 日本レトルトフーズ株式会社は前身の味噌醤油製造業での大豆取扱い経験から、各種豆類の加工品（レトルト蒸豆、レトルト煮豆、ソイミート、豆菓子等）を製造し特に日本国内の学校給食への供給の第一人者でもある。
- 人口減少による国内市場の縮小にあって、新たな海外市場への参入を図るため、輸出プロモーター事業の支援を活用することとした。

取組・支援

- 輸出への取組にあたり、輸出プロモーター事業専門家の進言に基づき国際認証FSSC22000を取得、更に米国向け輸出を目指し米国FDAの施設登録を行った。
- 次に行ったのは、有望顧客の絞り込みと同顧客への積極的且つ継続的なアプローチを実施（選択と集中）することにより、当社の圧倒的なプレゼンスを示す事で顧客との信頼関係を構築しリピート受注に成功、結果として顧客との継続的且つ安定的な取引を実現できた。
- 特に台湾については、当社の現地出張による面談に加え、顧客経営層の来日の機会に当社訪問を招聘し工場設備と製造の安全管理体制を理解頂くこと、更に新商品開発への協働体制を確認することで両者間の一層の信頼関係を高めることができた。

成果・展望

- 台湾向け取引は日本国内の大手食品輸出業者経由の間接輸出であるため、同企業とも積極的に訪問面談/商談を実施し、良好なコミュニケーション関係を構築することで、同社の海外販路を活用して米国向け輸出取引を実現する等、既存売上高を一気に倍増する成約を獲得、今後の更なる取引拡大に取り組んでいる。



主な輸出商品（煮蒸豆類、豆菓子、大豆ミート、等）

NICHIRETO

Retort processing



Soy Meat is produced with a steaming process, which has the following benefits:

- Reduced soy smell
- Moderate softness
- Minimal loss of nutrition
- Long shelf life at room temperature (shelf life of 1 year)

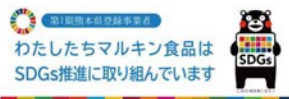
Soy Meat is characterized by a steaming method using a retort process.

豆類加工の要であるレトルト釜設備



台湾企業との商品開発商談

マルキン食品株式会社



マーケットインの商品開発と積極的な国内外での営業活動によりアジア・欧米向け輸出が拡大中

所在地：熊本県熊本市 HP：<https://www.marukinfoods.co.jp/>

主な輸出品目：納豆、MOCHIKON、KONJAC STRIPS等

主な輸出先：韓国、香港、マレーシア、ドイツ、米国等

背景

- プラントベースでハラル認証取得済のこんにゃくスイーツ「MOCHIKON」はマレーシアで大人気。現地のコンビニエンス・ストアにも採用され、コンテナ単位での輸出に成長。
- 米国の現地系スーパー向けの成約を目指し、新たに英語パッケージのこんにゃくスナック「KONJAC STRIPS」「KONJAC JUNKIE」を開発。積極的な海外営業により販路を拡大中。

取組・支援

- 各国の日本食の商流を専門家が説明した上で輸出商社、海外展示会、海外商談会に同行。展示会出展時には現地の小売店で社長自ら「MOCHIKON」の試食宣伝を実施。海外商談会に参加した際には専門家が複数の輸入商社のアポを取得し個別商談を実施。
- 「KONJAC STRIPS」「KONJAC JUNKIE」の開発の際には専門家と共にFDAの規則を確認しながら英語パッケージの表現を決定。専門家経由で現地系スーパーに販路を持つ米国バイヤーに商品パッケージを送付し、現地系スーパーに提案する際の課題を抽出。
- 「MOCHIKON」のマレーシア向け輸出に際しては、社長と輸出担当者が現地に渡航して店頭での試食宣伝と小売店の市場調査などを実施。国内外での積極的な営業活動と試食宣伝、非日系を目指したマーケットインの商品開発が功を奏して年々輸出額が拡大中。

成果・展望

- 従来から韓国向けにコンテナ単位で納豆を直接輸出しており、今後は他国にもコンテナ単位の直接輸出を増やしていきたい。米国向けに開発した商品は現地バイヤーの声を取り入れながら更に商品をブラッシュアップし、現地系スーパー向けの成約を獲得したい。

蒟蒻加工品

2024年度まで支援



CEO 吉良扶佐子



MOCHIKON



納豆の主力商品「元気納豆九州本仕込み」



米国の現地系スーパー向けに開発した商品



レストランへの新規販路開拓を通じて、輸出を拡大

所在地：和歌山県有田市 HP：<https://sowakajuen.com/>

主な輸出品目：みかんジュース・ポン酢・ゼリー・ジャム・七味

主な輸出先：香港、中国、台湾、フランス、米国、タイ等

背景

- 株式会社早和果樹園の販売先は食品スーパーが大半であったが、みかんを原料とするジュース、ポン酢、ゼリー、ジャム、七味等はレストランの食材にも適しており、カクテルの割り材、ソース、デザート、隠し味等に活用できる。
- そこで同社は、レストランのシェフをターゲットとして新規顧客開拓のため、輸出プロモーター（専門家）の支援を活用することとした。

取組・支援

- まず専門家と着手したのはレストランのリストアップ。パリ、バンコク、シカゴ等のレストランをピックアップし、現地に出張して各レストランを個別訪問して提案型の営業を行うこととした。
- 提案の中でセールス・ポイントとして重視したのは、同社はみかん生産農家が数軒集まって設立し、独自の技術を駆使して良質のみかんを生産していること、当初、外部に委託していたジュースや加工品の生産を現在は全て自社工場生産していること、さらに工場を新增設してFSSC22000認証を取得したことを説明。加えてレストランでの使用例を説明する資料をまとめた。同社自身で直接、レストランを訪問して営業活動をおこない、その結果を現地ディストリビューターにフィードバックして、フォローアップを依頼した。こうした営業活動をフランス、タイ、米国等でおこなった結果、現地のレストランから注文が入り始め、顧客の拡大につながった。

成果・展望

- 支援開始前と比較して、2024年のフランス向け輸出額は5倍以上に拡大し、タイのレストランからも新規に注文が入り始めた。今後については、レストラン向けの提案資料の改善、タイにおける製品登録品目の拡大、米国等のレストランへの新規取引先開拓を通じて、さらなる輸出拡大を目指している。



調味料類の原材料を各国の輸出規制に対応したものに变更しました。

提案果汁とお酒をミックスした試作の様子。
（レストラン訪問営業時）





有機米（コシヒカリ、ミルキークイーン、農林21号）で海外の販路拡大

所在地：石川県 HP：<https://kaganoteal.official.ec/>

主な輸出品目：米

主な輸出先：台湾、フランス、ドイツ、米国

背景

- 加賀市に飛来するトモエガモやコハクチョウなども安心して食べられる有機栽培米を販売し、加賀市の知名度向上と生産者の所得向上を目指している。米（玄米、精米）の有機栽培が特徴である。当初は、30kgや10kgのみであったが、海外バイヤーとの商談の中で、5kg、2kg、さらに小さい2合タイプなど、買いやすい容量の商品化を検討した結果、海外バイヤーからの反応がよかった。米不足の現状もあり、成約が増えてきている。

取組・支援

- コロナ禍で支援がスタートした本支援企業は専門家のサポートを受け、オンラインの商談機会を活用し、海外バイヤーと商談を重ね、新規の成約となった。オンライン商談では商品の特徴や差別化ポイント、企業の取組をまとめた資料や事前に送付したサンプル品などを提案することで先方からの信頼度を勝ち取った。
- 国内商社経由でのドイツの販売をきっかけとして、その後、台湾（台北）での現地百貨店での直接の販売、また、ジェットロオンライン商談でのフランスの販売は当初、保留案件であったが、2年後に、既存企業からの供給がうまくいかないとのことで、再度先方から引き合いを頂き、正式受注に繋がった。台湾での直接販売では、展示会会期中の商談フォローアップなど輸出プロモータ事業専門家のアドバイスを受けた。

成果・展望

- 支援開始前と比較して、台湾、ドイツ、フランス、米国など新規輸出先国が増えた。今後については、新たな輸出先の開拓より、販売先の確保ができたため、その国で数量を増やす方が賢明かと思われる。展示会や、プロモーションよりも各国のバイヤーとの関係性をさらに構築するようになってくる。



海外での展示会（台湾）



台湾での試作品チェック



海外での販売支援（台湾）

(株)中本酒造店



製造量の制限がある個性ある新商品を武器に 事前予約で需給調整し海外輸出を拡大

所在地：奈良県生駒市 HP：<https://yamaturu.com/>

主な輸出品目：日本酒、焼酎

主な輸出先：米国、中国、シンガポール、ドイツ、フランス



日本酒
2024年度まで支援

背景

- 事業の継続が困難で廃業を決意した前蔵元から、創業290年の歴史ある蔵を潰すのはもったいないとの思いから、**全く異業種の現社長が13代目蔵元として酒造りを引き継いだ**。経営の立て直しを図る為**利幅の大きい特定名称酒にすべて切替える**とともに、他社と差別化できる**商品（長屋王）の開発に成功**。
- 売り上げを伸ばすために総需要が減少している国内だけでは不十分であり、日本酒が伸びている海外市場の開拓を図ることを決意し、JETROの支援を申請。



1300年前の木簡



長屋王

取組・支援

- 「長屋王」は、1300年前の奈良時代の貴族である長屋王の邸宅の跡地から掘り出された木簡にしるされていた製造方法に基づいて造られた日本酒。現在の日本酒の起源といわれる室町時代よりも前の製法に基づき現代に復活させたもので、その味とともに他に例がなく、ストーリー性豊かな商品。この長屋王を武器に海外市場を開拓し、海外輸出を拡大させることが第1の課題だった。又**特別な製造方法故にその製造量には制限**があり、複数の国へ輸出拡大する為には、**国別に事前予約制とし、受給調整**せざるを得ず、これをトラブルなく輸出することが第2の課題でした。
- それまで長屋王以外のスタンダードなお酒は、知人の紹介等で中国、シンガポールには少量ですが輸出していたものの、海外企業との交渉は全くの初めての為、**海外企業との交渉に必要な資料（企業概要、商品規格書、プレゼンシート、見積書等）を専門家の指導のもと作成**した。ポイントは武器となる長屋王を前面に出してその**ストーリー性、商品特性をコンパクトにまとめ、動画も交えてプレゼン**できたこと。又長屋王は味が甘味が強く、刺身などの和食というよりは、イタリアン、フレンチ等にあうことも大きな特徴。輸入業者が**非日系レストランにも売込み**しやすいように、酒蔵のマーケティング担当者的人脈を生かしてフレンチの**シェフによるフードペアリング提案もプレゼンシート**に組み込み、訴求力を高めることができた。
- 米国の輸入業者への商品提案と予約受注交渉が上手く成功し、現在同社で最も大きな輸出取引先となった。この輸入業者の取引先は和食店だけでなく、現地の非日系レストランとの取引も多く長屋王の販路開拓に非常に有効。初めて海外企業と交渉するに当たり、予約受注制を取ることは極めてまれたと思うが、専門家の指導のもと混乱することなく輸出調整ができた。

成果・展望

- **米国輸出は初年度で約167万円（長屋王1500本の予約受注とその他の日本酒88ケースの受注）。その後フランス、ドイツへ輸出が拡大**できた。
- 輸出の維持・拡大の為、マーケティング担当（海外駐在経験者）が、現地のイベント、展示会等に積極的に参加して現地輸入業者と良好な関係構築に努めている。支援終了後もJETROの商談会に参加するなどして、**2024年にはスペイン、オーストラリアにも新規輸出**ができた。

<フレンチとのフードペアリング>
赤座海老と牛蒡の茶わん蒸し
フレンチ割烹ドミニクコルビ（東京）



株式会社林本店



戦略的な思考方法で新規代理店を獲得 コミュニケーション術を磨くことで売り上げ増加

所在地：岐阜県各務原市 HP：<https://www.eiichi.co.jp/>

主な輸出品目： 百十郎（日本酒）

主な輸出先： 米国、台湾、英国、韓国等

背景

- 無添加乳酸菌発酵製法により、うま味とアミノ酸が際立つ**日本酒百十郎は、輸出に取り組んで10年ほどだが、ここ数年は売り上げ実績が伸び悩んでいた。**
- 大きな市場である中国でのパートナー選びも課題の一つで、それを解消するために輸出プロモーター（専門家）の支援を活用することとした。

取組・支援

- 戦略的なものの考え方を身に着けることにより、行き当たりばったりでなく、本当に企業が必要としているパートナー像を把握し、それに合った企業を複数の候補者の中からショートリスト、実際の商談を実施。最終的にベストな企業を選択することに成功した。
- 模擬商談や実地商談を通して魅力的な資料の作成方法・使い方を学び、またコミュニケーションスキルを磨くことにより、効果的な商談を行う術が身につき、ロストしていた韓国や新規のフィリピンなどから大型案件を受注することができた。展示会で商品の魅力をアピールしたりSNSで発信するノウハウを学ぶことにより商品認知度を上げることが成功。
- 社員教育に関する助力も得、貿易知識の取得や海外取引に対する認識改善、情報の収集・整理の方法習得を行い、体制強化を行うことができた。

成果・展望

- 支援開始前と比較して、2024年の輸出額は150パーセントアップした。各国のパートナーとのタイも強固になり、商談スキルが格段にアップしたことにより、自立してますますの業績拡大を狙っていける自信を身に着けることができた。



冷蔵設備の猩猩蔵



各務原市百十郎桜



ソウルサケフェスティバルにて

株式会社田中酒造店



海外見本市やオンライン商談会の積極的な活用で商機を見出す

所在地：宮城県加美郡 HP:<https://www.manatsuru.co.jp>

主な輸出品目：日本酒

主な輸出先：カナダ、スペイン、香港、インドネシア、豪州

背景

- 創業230年超の日本酒醸造所。麴蓋（こうじぶた）製法による製麴（せいぎく）にこだわりを持ち続け、伝統的な生酴・山廃造りを得意としており、香りを抑えた食事を邪魔しない地元に愛される食中酒を造り続けています。
- 国内需要の閉塞感から、海外輸出比率を拡大させるために、コロナ禍の困難な時期ですが、販路開拓を本格化させるため輸出プロモーター事業を活用することとしました。

取組・支援

- 世界的なパンデミックの困難な状況下、海外バイヤーとの限られた商談機会を実りあるものにするために、オンライン用の商談資料（英文）の作成に着手し、そのブラッシュアップを幾度も重ねました。
専門家の同席サポートも得て多くのオンライン商談会に参加し、豪州のエンデバークグループ傘下の小売チェーンに純米吟醸酒四合瓶を約20,000本の輸出に成功しました。
- 親会社のグローバルネットワークを生かして、コロナ禍の中でもリアルな海外見本市への出展を可能な限り実現し、日本酒の嗜好性の把握や現地バイヤーの情報収集を行いました。コロナの終息後は、蔵元自らが海外見本市で積極的なPR活動を実践しました。
- ビーガンやコーシャ認証取得、輸出限定銘柄の確立など、伝統的酒造りを継続しつつ、新たなチャレンジとして差別化戦略を敢行しました。世界中からの観光客が集まるハイエンドのモルディブの高級リゾートホテルに採用され、定期的に受注することができます。

成果・展望

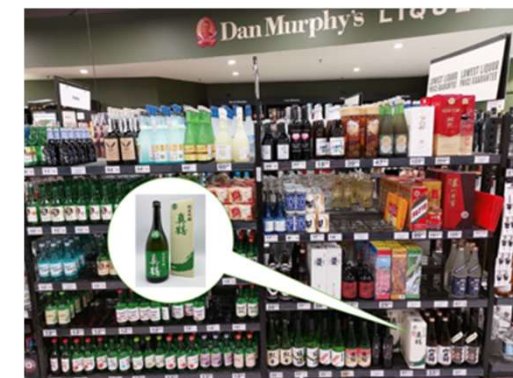
- 支援3年目の決算期ベースで、支援前に比べて輸出金額が約100倍に拡大しました。また支援期間を通じて海外輸出先は20カ国を超えるまでに拡大しました。
今後は、既存市場からの定期的な受注に加え、引き続き新規市場開拓に積極的にチャレンジして海外輸出比率を更に高めていくことを目指しています。



輸出主力商品と麴室



ヴィーガン・コーシャ認証



豪州の小売店

磐乃井酒造株式会社



地元町民が株主の小さな酒蔵が世界を目指す！

所在地：岩手県一関市

HP：<https://www.iwanoi.co.jp>

主な輸出品目：日本酒

主な輸出先：アメリカ、英国

背景

- 1917年に地元町民175名の株主が創業した醸造量250石の小さな日本酒醸造所。地元の食事に合う日本酒造りを目指し、地元の酒米、酵母を使用した地元の皆さまに愛される酒造りをモットーとしています。淡麗でさっぱりとした飲み飽きしない酒質が特徴です。
- 国内消費の減少があり、地元の皆さまが誇れる酒蔵を目指して海外輸出を拡大させたいと考え、販路開拓を本格化させるために輸出プロモーター事業を活用することとしました。

取組・支援

- コロナ禍で海外のバイヤーとの接点が限られていたこともあり、ジェトロや国税庁が主催する海外バイヤーとのマッチング商談会へ積極的に参加しました。商談を実りあるものにするために、[商談資料（英文）の作成に着手し、ブラッシュアップ](#)を重ねました。純米大吟醸酒は、特に町民の皆さまに楽しんでいただくリーズナブルな価格設定をしたことを強調したり、当蔵の酒を居酒屋や和食店で若い方が楽しむ様子を、画像を使ってお伝えしました。
- オンライン商談や専門家の紹介を通じて繋がった[英国、米国、台湾、シンガポールの海外バイヤー向けの輸出を実現し](#)、リピート注文につながっています。香港・韓国向けの案件の成立を現在進めています。
- コロナ禍が終息した2024年8月には、当蔵として初めての[香港の見本市へ出展](#)し現地のインポーター候補企業の傘下の酒バーでイベントを開催して現地の日本酒の嗜好性を確認しました。ラベルの「真心」の中華圏市場でのイメージの良さが武器となり得ることを認識する好機となりました。

成果・展望

- 支援開始前は、中国のみであった仕向け先が、商談中の海外バイヤーも含め[輸出国が10カ国に拡大](#)しました。商談中の企業との成約を早期に実現することを目指し、さらに専門家のハンズオン支援で習得した自社商品の効果的なPR手法を活かして、継続的に新たな市場へチャレンジしています。



輸出主力銘柄



海外の酒バーで普及活動



香港の見本市初出展

簸上清酒合名会社



積極的な海外渡航による海外バイヤーへの
アプローチで販路開拓に成功！

所在地：島根県仁多郡 HP：<https://sake-hikami.co.jp>

主な輸出品目：日本酒・リキュール

主な輸出先：香港、台湾、ドバイ、タイ、マレーシア

背景

- 創業300年超の神話とたたらの地、奥出雲にある日本酒醸造所。20世紀最強の競走馬シンボリルドルフの愛称を由来とする「七冠馬」ブランドを冠する日本酒を製造しています。泡無し酵母の発見の地として当蔵の貢献を讃える石碑が建立されています。飲み飽きしない辛口ベースで清らかな味わいの食中酒は、地元で広く愛されています。
- 需要の低迷という経営環境の変化に対応するために、新たな海外市場への販路開拓を求めて、輸出プロモーター事業を活用することとしました。

取組・支援

- 現状把握の面談で、自社の持つ人脈やネットワークの広さを認識しました。それらを掘り起こして辿っていくことで海外バイヤーとの接点を見出すことは、埋もれていた経営資源の活用であるという気付きがありました。
- オンライン商談に使用する英文の商談資料の作成と編集作業は、専門家の知見を参考にして他社との違いを明確化することにもなり、自社の強みや特長の把握につながりました。
- 海外への留学経験のある担当者が、コロナ禍でも渡航可能な地域や時機を捉えてタイムリーに現地を訪れてバイヤーとの商談に臨み、成約をまとめることができたことは、当社の販路開拓において大きな転機となりました。ドバイの高級レストランへの納品を実現し、マレーシアでは駐日本大使夫妻のイベントへの参加の機会を得たりと、まさにピンチの時期をチャンスに捉える積極的な営業活動が功を奏しました。

成果・展望

- 支援開始前と比較して、フランス・スペイン・ドバイ・台湾・マレーシア・タイ・ブラジルなど新たに10カ国への輸出をスタートすることができました。今後は、海外バイヤーとの目標の共有や収益向上の施策を実施することや、パートナーの見直しも含めた既存市場の活性化に取り組んでいくことが重要と捉えています。



輸出主力銘柄「七冠馬」



海外の日本酒普及家とコラボ



海外イベントの様子

小江戸鏡山酒造株式会社



オーナーの持ち前のキャラクターと積極的な輸出への取り組みで次々に海外顧客を獲得。

所在地：埼玉県川越市 HP：<https://www.kagamiyama.jp/>

主な輸出品目：日本酒

主な輸出先：米国、香港、マカオ、フィリピン、シンガポール等

背景

- 観光地埼玉県川越市唯一の日本酒製造業者でテニスコート一面分の広さしかない小規模な蔵で酒造りを行う。四季醸造を行い観光客はもとより日本酒ファンに人気を博している。
- 事業拡大を目指し輸出を希望。香港向けの商社経由の間接輸出あったが、海外販路開拓のノウハウ無かったためにJETRO農水プロモーター事業活用して輸出拡大を目指した。

取組・支援

- 通年販売の定番品と毎月発売する味に特徴あり個性的な日本酒が海外顧客も魅了。プロモーターと共に同社魅力を伝えられる動画も取り入れた商談資料を作成した。コロナ禍でもあったためオンラインでの商談を中心に参加し作成した資料をもとに同社魅力を伝えることができコロナ禍困難な時期にも関わらず多くの取引先を獲得した。
- コロナ禍で渡航制限される中でJETROサンプルショールームをご利用頂き米国での新規顧客の開拓に成功。プロモーターと共に商談に挑み作成した資料を活用し成約を獲得した。またコロナ禍収束後にはプロモーターと共に同社を訪問。試飲会開催や同行営業を実施し、現地小売業者並びに飲食店の獲得に成功した。
- 海外イベントにも積極的に参加されている。小規模事業者にとって負担重い渡航経費も補助金を活用。プロモーターから書き方の指導を受けて初めての申請書作成書にも挑戦。見事採択されコロナ禍終了後は積極的に海外に出かけ更なる海外事業拡大に成功している。

成果・展望

- 積極的にJETRO等実施する商談に参加し商談機会を得た。外国語は得意では無いがインターネット上のツールを活用し積極的に海外バイヤーともコンタクト。オーナーの人柄もあって次々と海外顧客を獲得し輸出を拡大中。



契約農家での田植え



清酒鏡山ラインアップ



日本酒の仕込み風景

マルトウ物産販売株式会社



EU認定をクリアし、洋菓子でフランスを含めたEU諸国への輸出開始

所在地：大分県別府市 HP：<https://marutou-b.com/>
主な輸出品目：洋菓子 ラングドシャ
主な輸出先： 中国、アメリカ、EU

背景

- 大分県別府に本拠地を置き、**「ラングドシャ」という日本発の洋菓子製造販売会社**。本物のチョコレートを使用し、パティシエレベルの繊細なお菓子を手頃に楽しめる洋菓子。
- 初めての輸出への取り組みは10年ほど前の香港エキスポ。結果は悲惨。タイの大手販売店とは、食品安全認証がないため商談の席にもつけず。社長の夢は米国と菓子のメッカフランスへの輸出。輸出ノウハウもなかったため、輸出プロモーター事業を活用し、輸出事業展開の加速を図った。

取組・支援

- 支援開始当初、米国輸出を目標としており、**「専門家の指導のもとFDA・FSMA規則対応の食品安全計画の作成から開始」**。最初はその必要性に疑問も感じていたが、米国日系スーパーと商談できるようになり、原材料対応・品質も良くトントン拍子で商談が進み、最後にバイヤー「FSMA対応できているか？」社長「はい！」で商談成立。コロナ前は同スーパーお土産部門売上No.1となり、現在も継続して店頭に並んでいる。
- タイの現地大手スーパーと、商談前に撃沈した後、食品安全認証の重要性について助言。**「数年かけてFSSC22000認証を取得した後は、商談を断られることなく、成約率も高い」**。輸出に力を入れるなら必須と感じている。なお、認証取得後、タイにはコンテナ一本を輸出。
- 輸出希望国として米国とフランスを掲げ、米国は達成。洋菓子の本家であるフランスに乗り込みたいが、EU認定という高い壁。規則を調べEUに輸出するには何が必要か理解し、EU認定原材料の調達に数年を要したが、**「最終的に原材料に使用するEU認定の卵、乳を調達」**。本格的に商品開発開始から約半年でEU仕様の製品を製造し、3社と商談。現地輸入販売会社の協力も含め3社とも成約し、**「EU諸国に輸出できることとなり」**、念願のフランスへの輸出も達成。

成果・展望

- **「支援当時の輸出は700万円程度だったが、現在は1億円を超えている」**。特に同社として最もハードルの高いEUへの輸出ができるようになり、40ftコンテナ本分に相当する受注を受け、リピート受注もある。国内販売も含め、供給力不足から新工場も建設中。始まったばかりのEU輸出を定着させ、新たな輸出先国の開拓を目指す。



パッケージ



ドイツ展示会ANUGAにて
(EU輸出に向けて火がついた展示会)



展示会の徹底活用で末端ユーザーに直接提案 川下から川上へ遡るデマンド・チェーンを構築

所在地 : 北海道恵庭市
HP : <https://www.e-honma.co.jp/>
主な輸出品目 : 月寒あんぱん、冷凍あんドーナツ
主な輸出先 : アメリカ、シンガポール

背景

- (株)ほんまは約120年の歴史があり「月寒あんぱん」は北海道では誰もが知る老舗ブランドであるが、顧客層の高齢化などから新しい販路開拓の必要性を感じていた。
- アジア圏では外見から「月餅」と混同されてしまう。また、欧米系には「甘い豆（小豆→あんこ）」に抵抗感があって受け入れられない傾向があった。
- そのような中で始まったアメリカ向け越境EC（菓子のサブスク）で「食べてみると美味しい」と評判になったことから、海外市場への販路開拓に本格的に取り組むため、輸出プロモーター（専門家）の支援を活用することにした。

取組・支援

- コロナ禍で渡航できないため、国内の展示会にて「輸出可能」を告知して、文化や習慣が異なる外国人が何に興味を示すか、何が理解できないかの整理・言語化から始めた。
- 渡航可能となると海外の展示会に継続出展して末端ユーザーに対して
 - ・ 個性的な和菓子であること（「月餅」とは使用食材や製法が異なるユニークなもの）
 - ・ 北海道産農産物が主原料であること（「日本製」「北海道ブランド」「テロワール」）
 - ・ 喫食シーンの提案（お菓子として、アスリートの疲労回復食、飲食店のデザート用等）を繰り返しアピールしたことで製品に対する理解が増して商談の精度が高まってきた。
- 輸送期間が長い輸出の課題である「賞味期限」については、製造部や品質保証部と検討を重ねて包装資材や取扱い方法を改良することで十分な長さを確保できるようにした。
- もう一つの課題である現地物流は、ユーザーから現地卸業者に「扱い希望」を上げてもらい連携している輸出業者に(株)ほんまから逐次、情報提供してルート構築に努めた。

成果・展望

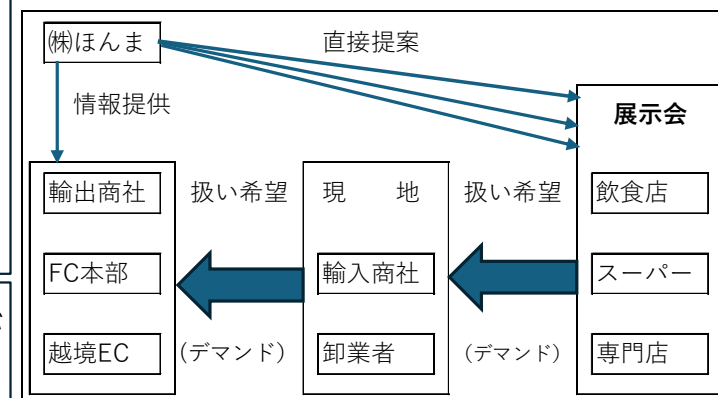
- 支援開始前と比較して2024年の輸出額は約4倍に拡大した。従来はスポット案件中心だったが現地に流通在庫を置く体制が構築出来てきたことで機動性を持った展開が可能となり、業務用など新たな市場向けにさらなる輸出拡大を目指している。



日本文化の粋を伝える「月寒あんぱん」



和と洋の融合「冷凍あんドーナツ」



お客様に寄り添う「デマンド・チェーン」スキーム

株式会社野州たかむら



積極的な海外販路開拓で輸出額が20倍に成長

所在地：栃木県茂木町 HP：<https://yashu-takamura.co.jp/>

主な輸出品目：べっこう飴

主な輸出先：米国、台湾、香港、ベトナム、オランダ、イタリア

背景

- 他社NB商品と比較すると若干割高であるが可愛い形状とパッケージで競合商品と差別化。国内では高級スーパーや海外商品や拘りの品物を扱うショップで人気。
- 輸出による規模拡大を希望されていたが何をやったら良いのかも分からずJETRO輸出プロモーター支援を活用することとした。

取組・支援

- 商談機会創出の為に展示会、商談会参加はもとよりJapan Streetを積極的に活用。専門家からJapan Streetの検索で上位になるためのアドバイスを実施。掲載する写真の質と枚数、動画の掲載、商品説明などを充実させ、検索のワーディングを意識することで多くの引き合いを獲得し、成約に繋がった。
- 海外では国により味覚も違いやパッケージ評価も変わるため、未開拓国の大規模展示会では専門家の意見を元にアンケートの収集サンプル数を増やす工夫を行い現地嗜好を調査。アンケート結果を元に新商品を開発し市場へ投入した結果、当該国への輸出拡大に成功。
- 輸出拡大に向けてISO22000認証を取得。また米国市場への参入を目指し米国食品安全強化法（FSMA）に関わる他専門家の支援も受けながら、FSMAへの対応に着手したほか、予防管理適格者（PCQI）の資格を取得するなど食品安全、衛生強化にも積極的に取り組んだ。

成果・展望

- 支援開始前と比較して輸出額は20倍へと成長。成功の要因は社長以下計3名の一丸となった積極的な輸出拡大への取り組み姿勢と柔軟な対応力。JETROの多彩な輸出拡大プログラムを効果的に利用頂き大きな成果を得た。



各種フレーバー揃う動物べっこう飴



可愛い形状の和べっこう飴



完成度高い展示会ブース

カバヤ食品株式会社

菓子類

2023年度まで支援



市場ニーズに沿った輸出戦略の策定、
商品提案により輸出額を4倍に！

所在地：岡山県岡山市 HP：<https://www.kabaya.co.jp/>

主な輸出品目：菓子（グミ、清涼菓子、チョコレート等）

主な輸出先：韓国、中国、香港、タイ、台湾、アメリカ等

背景

- カバヤ食品株式会社の菓子は、高い技術力に支えられた高品質で繊細な美味しさが特徴。アジア・米国等への輸出も好調であったが、2015年をピークにその後、低迷。
- 2019年に一旦輸出事業を中断したが、2021年に輸出事業の再構築を期して新たな輸出担当者を採用。

取組・支援

- 課題① 輸出戦略の再構築と経営陣のコミットメント
どのような輸出戦略で輸出事業を再構築するかが最大の課題であったが、新たな輸出担当者とジェトロ専門家が定期的な面談を持ち、輸出戦略への助言を行った。ジェトロ専門家の助言のもと、並行品との差別化を狙った販売戦略を構築し、各国の市場ニーズに柔軟且つ速やかに対応したPB商品の開発と配荷拡大が期待されるcvsへの導入に繋がったことが輸出額を大きく伸長させた。
また出来上がった戦略に沿い、経営陣は海外市場開拓への十分な資源配分を行い、輸出担当者が頻繁且つ積極的に海外の展示会及び個別商談に参加したことが成果の大きな要因となった。
- 課題② 輸出商社と輸出国Distributorとの信頼関係再構築
2019年に一旦輸出を中断したことにより取引を失った国内商社との信頼関係再構築が課題であった。各国の市場背景・動向を理解したうえで、輸出商社とDistributorのニーズに沿った提案・綿密な打ち合わせを繰り返すことで、取引の再開に漕ぎつき早期の売上回復に繋がった。また、ジェトロ専門家からは某市場の有力Distributorのオーナーを紹介することにより一気に信頼関係の再構築を進めることが出来た。

成果・展望

- 輸出事業の再構築を目指し新担当者が活動を始めた2021年度にジェトロの支援が開始されたが、支援最終年度の2023年度の輸出月額は支援開始時の4倍と拡大した。今後は米国向け輸出等で更なる輸出拡大を目指している。



海外展示会にも積極的に参加
Seoul Foodで現地Distributor・CVSバイヤーと



カバヤ食品の人気商品「タフ・グミ」