

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

2026年6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	事業者名	業種	都道府県	輸出先
1	水産物	冷凍水産物(いくら、ほたて)、 加工食品	三井物産シーフーズ 株式会社	卸売業	東京都	タイ、シンガポール
2	水産物	ぶり、鯛	株式会社 宇和島プロジェクト	生産者 卸売業	愛媛県	米国、カナダ
3	調味料・水産加工品	香味油、だしパック、鰹節、 同各種加工品	株式会社 新丸正	製造業	静岡県	米国、香港、台湾、シンガポール、 フランス、スペイン
4	米加工品	冷凍おにぎり、冷凍おはぎ、 冷凍いなり	株式会社 のぼる	製造業	福岡県	米国、豪州、フランス、 スペイン、イギリス、南アフリカ
5	豆加工品	蒸し豆、煮豆、佃煮、 もち麦製品	株式会社 マルヤナギ小倉屋	製造業	兵庫県	米国、台湾、シンガポール 等
6	米粉・米加工品	米粉、もち粉、米粉パフ、 米粉麺、米粉マカロニ	群馬製粉 株式会社	製造業	群馬県	フランス、イタリア、ドイツ、台湾
7	調味料類	醤油、酢、醤油アーモンド	松合食品 株式会社	製造業	熊本県	香港、米国、英国、中東、 オランダ、ドイツ
8	調味料類	サラダドレッシング、調味料類	株式会社 グラッツエミール	製造業	高知県	米国、タイ、中国、香港、シンガポ ール、スイス 等
9	調味料類	醤油、たれ、同加工食品	マル斗醤油 株式会社	製造業	長野県	米国、フランス、香港、台湾
10	加工食品	乾麺(うどんが中心)	石丸製麺 株式会社	卸売業	香川県	台湾、米国、EU、 香港、中南米
11	菓子	バウムクーヘン	株式会社 エフディアイ	製造業	香川県	米国、ドイツ、ペルー、ブラジル、マレーシ ア、シンガポール、台湾、韓国、中国、香港
12	酒類	日本酒、リキュール、 焼酎、ワイン	株式会社 モトックス	卸売業	大阪府	フランス、米国、中国、 ハンガリー、香港、タイ
13	酒類	日本酒	酔仙酒造 株式会社	製造業	岩手県	米国、韓国、フランス等
14	酒類	日本酒	有限会社 秀鳳酒造場	製造業	山形県	米国、中国、韓国、台湾、香港、 シンガポールほか

三井物産シーフーズ株式会社



ジェットロの機能をトッピング（付加）して新規輸出創出 ～ 継続取組 商談フォローを徹底 ～

所在地：東京都港区 HP: <https://www.mitsui-seafoods.com/>
 主な輸出品目：冷凍水産物（いくら、ほたて）、加工食品
 主な輸出先：タイ、シンガポール

背景

- 三井物産株式会社の関係会社であり、グループの強みを活かし従来から香港向けに輸出実績があった。一方他国・地域向け輸出拡大を図るにあたり、特に新規開拓の手段を模索していた。
新たな取組方法を検討する中で輸出プロモーター事業活用についてジェットロに相談があった。
- 同社の現状、意向を聴取し、ジェットロのサービス・情報を同社の機能にトッピングし、継続活用することにより、新たな輸出展開に繋げる可能性があると双方納得し支援を開始した。

取組・支援

- 1年目は国内オン/オフライン 商談への積極参加、2年目からは海外展示商談会参加・ブース出展（海外見本市商談会ジャパンパビリオンブース出展、海外渡航型商談会等）を行った。
 同社取扱商品は競合が激しいことから、ブース出展時には、事前商談アポ取付、試食品、提供方法、ブースディスプレイ、資料等を都度見直し、特に商談フォローを徹底した。同席支援を通じて同社の強みを活かす対応を都度アドバイスした。
- 海外コーディネーターオンラインブリーフィング、現地出張時のジェットロ海外事務所でのブリーフィングによるオン/オフ個別商談も有効活用した。
- ブース訪問者との多くの商談を記録に残すため、訪問者の了解を得て画像を残し、メンバーで共有することにより顔の見える商談フォローに繋がった。

成果・展望

- シンガポールSEAFOOD EXPOでのブース商談により目標としていたタイのディストリビューター向けに水産物の新規取引を開始した。また同社の幅広い商品調達力を活かし、実商談フォローの中でバイヤーのニーズを分析しサウジアラビア向け抹茶輸出を初成約した。支援開始時と比較して、香港向け以外の輸出比率は約6ポイント増加、タイ向けは500%以上の輸出額増加となった（6ヶ月ベース）。同社の機能、強みにジェットロの機能、サービスをトッピングした継続取組の効果、成果が表れ始めている。
- ジャパンパビリオン出展の経験を活かし現地ディストリビューターとの更なる関係強化、商売拡大のため、2026年Thaifexに初単独ブース出展予定。更なる成果が期待される。



2024年9月 シンガポール
SEAFOOD EXPO ジャパンパビリオン



2025年6月 タイ バンコク
Thaifex ジャパンパビリオン



2026年3月 タイ バンコク
グローバルゲートウェイ事業現地商談会

株式会社 宇和島プロジェクト



マーケットインのパッケージ・生産者こだわりの プロダクトアウトのハイブリッドブランド

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

主な輸出品目：ぶり、鯛

主な輸出先：米国、カナダ

- 宇和島プロジェクトは「宇和海の魚を世界に届ける」というコンセプトで養殖ブリ、養殖鯛をメインに加工販売。愛媛県はみかんの産地でもあり、みかんジュースの搾りかすの廃棄物を活用できないかという事から、みかんの搾りかすを餌に加えた「みかんFISH」を開発した。
- みかんに含まれるリモネンには酸化防止作用があり、**柑橘の香が魚嫌いの子供や女性にも人気を得る**。2023年からは、国内需要の減少も見据え、米国向け輸出を強化するため、輸出プロモーター事業を活用し、本格的に輸出の取り組みを開始した。

- 輸出プロモーター支援3年目を迎え、これまで十分にアプローチできなかった米国、カナダのレストラン向け営業を強化。**和食店だけでなく、フレンチ、イタリアン、フュージョン等ハイレンドのレストランシェフに自ら「みかんブリ」の特徴、ストーリーを伝え**、これまで、サイズや価格だけで評価された養殖ブリとの**差別化を徹底的に伝えた**。
- **米国バイヤーの意見を取り入れ、現地消費者が「みかんブリ」と識別できるオリジナルのパッケージデザインを導入**。みかんのかわいいパッケージで魚が苦手な子供や女性にも手に取ってもらいやすいデザインと**QRコードでプロモーション動画を視聴可能とするなど工夫**。
- 米国、カナダの現地商談のため年5回渡航し、社長、担当者が商談・交渉する事でバイヤーニーズを把握し、シェフやバイヤーの必要とする情報、データを提供。

- 輸出**プロモーター事業開始前の輸出額7700万円から2026年の成約金額は20倍の16億円に拡大**。現地ディストリビューターとの同行営業により、「みかんブリ」の**ブランドの違いをしっかりと説明し、特徴を理解してメニューに採用していただけるレストランを開拓**。
- 製造加工場の新設、FSSC22000、EU-HACCPの認証を取得予定で米国・カナダの現地系大型スーパー、ヨーロッパへ販路を拡大した。



（みかんブリ）「みかん鯛」の
ストーリーを伝える動画をQRコードで表示



調理方法、顧客アンケートデータ等を
リーフレットに記載



ディストリビューターと同行営業し、
シェフに商品の特徴、ストーリーを直接説明。



鰹節（荒節）

ニッチな差別化商品から輸出を再開 米国地方都市への集中販促活動で販売拡大を実現

所在地：静岡県焼津市 HP：<https://s-marusho.jp/>

主な輸出品目：香味油、だしパック、鰹節、同各種加工品

主な輸出先：米国、香港、台湾、シンガポール、フランス、スペイン

背景

- (株)新丸正は焼津の老舗鰹節メーカーである。輸出担当者の退職後、輸出ビジネスが中断していたが、2021年コロナ禍後に**新たに輸出担当者を配置し、輸出ビジネスの再開に着手**した。
- 本業は鰹節及び関連加工品の製造だが、特に削り節は、大手の「削り節」メーカーが海外においても市場を席捲していることから、**輸出商品の見直し等、改めて輸出戦略の再構築**も含め輸出プロモーター事業の支援を受けることとした。

取組・支援

- 輸出プロモーターと取組戦略の立案にあたり、米国企業から製造要請のあった **香味油をニッチ且つプロダクトインの差別化戦略商品**として、米国市場への再参入を果たし、地元顧客との取引関係を構築する中で、鰹節(荒節)やだしパック等の主力商品も売り込む作戦とした。「香味油」提案には他社先行商品の「黒マー油」に加え、自社の**鰹節や煮干をベースとした魚系香味油や鰹節製造の燻製技術を活用した「燻製玉ねぎ油」や「焦しニンニク油」等の商品ラインナップ**を開発し地元顧客に提案することとした。
- 輸出プロモーターの同行商談支援の下、米国企業との協働により、ロザンゼルスとニューヨークの拠点から、シカゴ、ダラス、ヒューストン、マイアミ、アトランタ、ボストン、ワシントンDC、サクラメント、等、**日本食市場が成長期にある地方都市への集中的な販促活動を展開**することで地元顧客の販路開拓と拡大を実現した。

成果・展望

- 米国向け輸出は支援終了時に2,200万円/年と支援開始時の6.5倍、同社の輸出総額は**3.2倍の輸出実績**となった。
- **地方都市でのプレゼンスが向上し**、その相乗効果として高級日本料理店向けに鰹節(荒節)やだしパックの販売拡大に繋がり、その経験を他国向け輸出に活かし全体の実績も上げている。
- 当社は日本で2社しかない**EU-HACCP認証を有する鰹節メーカー**。米国向け輸出取引の実績に加え、国内外の展示会等への参加により得られた販路を通じて欧州向け輸出拡大にも意欲的に取り組んでいる。



輸出戦略商品の「香味油」と改版を繰り返したパンフレット



米国の業務用食品展示会
 BAR & RESTAURANT EXPO



米国末端(飲食店) 同行営業 (ボストン)

株式会社のぼる



冷凍おにぎりの品質向上を目指し商品改良を継続 海外バイヤー招聘と展示会出展で輸出先を拡大中

所在地：福岡県北九州市 HP: <https://noboru-bento.com/>
 主な輸出品目：冷凍おにぎり、冷凍おはぎ、冷凍いなり
 主な輸出先：米国、豪州、フランス、スペイン、イギリス、
 南アフリカ

- 学校・幼稚園・保育園の給食、白飯・酢飯等の米飯食品の製造・販売を主要業務とする企業。
 ○2022年から国産米を使用した冷凍おにぎりの海外販路開拓を開始。米国食品安全強化法に
 対応するため、**2024年に農林水産省の補助事業を活用しISO22000の認証を取得。**
 ○2022年からジェトロ北九州と北九州市が食品輸出支援を開始。米国向け輸出商社との商談に
 加え、**英国・フランス・スペインの有力輸入商社の社長が同社を訪問し商談を実施。**

- ジェトロ北九州開催の輸出商談会に社長自ら参加。**迅速な商談フォローが功奏し米国西海岸
 と東海岸の日系スーパー向けの継続輸出に成功。**現在は米国の大手中華系ECでも販売が**継続**。
 ○ジェトロ主催の米国オレゴン州「Uwajimaya」での北九州フェア、ワシントン州の同店での九
 州フェアに参加。**ロサンゼルス事務所も協力、現地の有力バイヤーと商談を実施。**
 ○北九州市主催のスペイン「Tokyo-Ya」での北九州フェアに参加し取引先との関係を強化。
 スペイン訪問前に**フランスの取引先「Kioko」と現地商談を行い関係を強化。**
 ○輸出プロモーターの指導のもと豪州の Jun Pacificとメールで商談を開始。クイックレスポンス
 で**短期間で成約を獲得。**日本食スーパー「Tokyo Mart」「Fuji Mart」向けに輸出を継続中。
 ○**新たな輸出先の開拓にも積極的に取り組んでいる。**国内展示会で南アフリカ向けの輸出商社
 と商談を行い、現地で11店舗を展開する韓国系スーパー「Market Kokoro」向けに成約。

- ジェトロ北九州/北九州市/専門家が連携して招聘した、米国KCセントラル貿易、英国Tazakiの
 社長、フランスのKiokoの社長（当時）、スペインのTokyo-Yaの社長と輸出商談を行い次々と
 成約を果たす。**英国向けは商談（支援）開始から3年がかりで成約を確定**させた。
 ○解凍後の食感・食味を向上させるために、常に商品改良に取り組んでいる。
 ○**2022年度に9.7 tだった輸出数量は、2025年度には49.7 tと支援期間の3年で5倍以上に
 急拡大。**



海外で販売している冷凍おにぎりには英語を併記



パリの「Kioko」は電子レンジでの解凍方法や粗熱の
 取り方をフランス語で説明しながら丁寧に販売



2025年米国シアトルの「Uwajimaya」の九州フェア
 （ジェトロ主催）では社長を含む複数名が現地に渡航、
 具沢山おにぎりを販売し好評を博した



世界情勢の激変で、戦略“再策定” 未経験の地に新規開拓を挑む

所在地：兵庫県神戸市 HP：<https://www.maruyanagi.co.jp/>
主な輸出品目：蒸し豆、煮豆、佃煮、もち麦製品
主な輸出先：米国、台湾、シンガポール 等

- 創業75年の老舗企業で同社が確立した独自製法による「**蒸し豆**」は国内シェア約**70%を占めるトップメーカー※**。日本発の「美味しくくて健康に良い食品を世界に広める」を理念に輸出に取り組んでいる。2019年に米国西海岸に現地法人を設立したが、2020年に始まった新型コロナウイルス感染症拡大による世界的な混乱等により活動が停滞してしまう。
- **コロナ禍後の変容した市場を再マーケティング、全米展開を目指す**ことにした。

※KSP-POS全国2025年1-10月煮豆カテゴリーデータをもとに(株)マルヤナギ小倉屋にて調査

- 2024年秋、米国の有力展示会にて、水煮とは異なり「**蒸し豆**」は**栄養素が流失しない**こと、スナックとして手軽に食べられる価値を伝え、**全米展開への手応え**を得る。2025年に入り商品開発方針を定めた矢先、**米国関税措置の逆風で新規商談はベンディングに、輸出プロモーターも交え戦略再策定**。混乱している既存商いの足元固めを優先することにした。
- 販路拡大の向け先を未経験のアジア市場開拓に方向転換した。地域情報をエリアや想定顧客層別にデータを仕分け、直近同地を訪問した**専門家が提供するデータも参考に検証**し戦略を策定した。シンガポール向けテスト・マーケティング、中国の展示会に出展する等、消費者の嗜好調査を実施。アジアの実質消費行動を牽引する中華系の中間層に受け入れられる味、形態、表示方法を検証。特に、「**蒸し豆**」の**アドバンテージを可視化**することで、**新しいカテゴリーである事を強調**した。

- 着手から1年弱。これまで**輸出したことが無かったアジアに足がかりを確保**した。
- **中国本土向け「越境EC」のテスト販売を実現**、消費者ダイレクトの認知向上に取組み、また現地系企業との連携を進め、量販ルートを開拓。**販路拡大を図っている**。
- 台湾では有力卸と関係構築。量販、EC及び業務筋の引合い可能性を創出。PB品開発と共に展示会への共同出展を予定しており、**2026年秋のコンテナ輸出**を目指し商談を継続している。



AskDoctors評価サービスで推奨意向を受けた蒸し大豆はマルヤナギの「おいしい蒸し豆シリーズ」だけ



アジア展開予定商品（写真は国内用パッケージ）



中国・上海での展示会 試食で大反響

群馬製粉株式会社

**ブームの先にある見えない需要を掘り起こす。
中間原料ならではのきめ細かいフォローを重視。**

所在地：群馬県渋川市 HP：<https://www.5783.jp/>

主な輸出品目：米粉、もち粉、米粉パフ、米粉麺、米粉マカロニ

主な輸出先：フランス、イタリア、ドイツ、台湾



洋菓子用米粉「リ・ファリーヌ」

- 国内では和菓子用米粉を中心とした製菓原料を製造、販売している。将来的な国内市場の縮小を見据え、輸出を新たな事業軸とするべく取り組みを開始した。
- 海外での健康意識の高まりとGF（グルテンフリー）ブームをとらえ、洋菓子やパンへの米粉の応用を研究してきた当社にとって活路があると考えた。

- 製菓・製パンの中心地であるフランスを重点市場に設定。担当プロモーターの仲介で高付加価値・高価格帯の製品コンセプトに共感してくれる有力卸と取り組みを開始。
- 海外市場では特に中間素材の浸透は非常に時間がかかると痛感。シェフやパティシエとの直接のコミュニケーションによる地道な技術的サポートやニーズのヒアリングを重視。
- 市場調査の結果、欧州で流通するGF食品は一般的に味への評価が低いと認識。「健康にいい」だけではなく「ちゃんとおいしい」をテーマに掲げる。小麦の代替としてうまく米粉を使う当社のノウハウを新しい付加価値としてアピールする。
- 顧客からのヒアリングで、GFに限らず日本的「和」を意識した食材需要が拡大していくと予想。大福などの伝統的和菓子や、小麦粉に日本産玄米粉などの和素材を組み合わせたレシピ展開を提案。
- 卸の協力でフランスでシェフやパティシエを招き日本産米粉の勉強会を開催。講師実演に加え、ワークショップで実際に製品に触れて理解と興味を深め、また現地のプロならではの自由な発想による試作の機会も設けてアレンジの広がりを感じてもらった。

- 取引先の発掘や商談への同行とその後のフォローアップ等の輸出プロモーターの支援により、フランス向け米粉関連製品の輸出は初年度比5倍に増加。
- フランス市場での経験がイタリア、ドイツなど周辺市場への輸出拡大の足掛かりとなり、支援終了後も輸出が拡大し、2025年の輸出売上は2020年比、3.5倍に拡大した。
- 今後も積極的にプロ向けのワークショップを開催していく。現場の声を大切にし、求められる品質や情報に答えることで着実に輸出額を伸ばしていきたい。



フランスでの展示会



フランスでの日本産米粉ワークショップ

松合食品株式会社



海外市場は、“出展で魅せ、商談で芽を創り、チーム力で決める”

所在地：熊本県宇城市 HP: <https://www.matsuai.co.jp>

主な輸出品目：醤油、酢、醤油アーモンド

主な輸出先：香港、米国、英国、中東、オランダ、ドイツ

- 1827年創業。醤油・味噌・酢などの発酵食品を製造する老舗メーカー。県内の有機農業・自然農法農家との契約栽培に加え、自社直営農場で原材料を栽培。「**医食同源**」の考えのもと、**環境に配慮した循環型生産**を実践する企業の一つである。
- 香港、米国へ限定的な輸出を行ってきたが、**原材料栽培から製造・販売までを一貫して行う安心・安全な商品**を世界各国へ展開したいとの考えのもと、当事業の支援を希望。

- ジェトロが主催するオンライン・オフライン商談会へ継続的に参加するとともに、国内外の主要国際見本市へ計画的に出展した。企業の特徴や商品の特長が伝わる効果的なブース展示と説明を徹底することで、**バイヤーの関心を引く“魅せる”出展**を実践した。
- 商品面では、九州特有の甘口文化を米麴で表現した「**糀しょうゆ**」や、10年熟成醤油を輸出用主力商品として明確に位置付けた。「地域性」「製法」「時間価値」「味わい」という**差別化軸を前面に出して**、継続的な交渉につながる**成約の“芽を創る”**ことを重視した。
- 熊本・東京・横浜・パリの4拠点に常駐の担当者による輸出チームを新設。案件ごとに担当を明確化し、引き合いから成約までの情報を月次で共有する体制を構築した。これにより、展示会後のフォローが滞ることなく進み、**チーム力で“決める”輸出体制**を確立した。

- 専門家の伴走支援による上述の取り組みに加え、英文商談資料の作成・改善と商談を重ねることで実践的な商談スキルが飛躍的に向上し、直接輸出に関する実践的なノウハウを蓄積するとともに海外バイヤーとの取引を拡大させた。その結果、**支援期間終了時には輸出先を10カ国へ拡大し**、支援開始年度比で海外輸出の**年商200%超を達成**した。
- 今後は、フリーズドライ商品や「飲む酢」のマーケットインを意識した商材投入に加え、**FSSC22000の取得や有機認証商品の開発**を通じて、更なる輸出拡大を計画している。



海外輸出の主力商品



自社直営農場の視察



国際見本市への出展



海外展示会と販促イベントの積極的な活用 輸出金額を倍増

所在地：高知県高知市 HP: <https://graziemille.co.jp/>

主な輸出品目：サラダドレッシング、調味料類

主な輸出先：米国、タイ、中国、香港、シンガポール、スイス 等



小袋入り商品も中国市場等で人気



業務用商品やPB商品も受注&展開



海外の食品展に積極的に出展（写真：NYの Summer Fancy Food Show 2025）

○ 株式会社グラツェミールでは地元高知県の特産品である柚子果汁を基本素材としつつ調理師の経験を持つ創業者が野菜をたっぷりを使用した健康的なサラダドレッシングを開発し、「野菜で野菜を食べる」をコンセプトに販売展開。

○ 開発の発端は、当時小さかった長女の野菜嫌いを克服するためだった、とのこと。

○ 国内外の食品見本市や小売店で実施される販促イベントにも積極的に参加する中で、その美味しさが評判を呼び、顧客基盤を広げること成功。

○ 2019年度ドイツのAnuga、UAEのGulfood、コロナ後の2022年度には Winter Fancy Food Show、2023年度 Summer Fancy Food Showとジエト口の海外展示会に積極参加し輸出経験を積みながら、2023年度からは米国と中国を新たに攻略する市場に据え、輸出プロモーターによる支援を利用し、2025年度は Food Taipei、Summer Fancy Food Showと積極的に参加、専門家の同行支援を受ける。

○ 同時に2024年度、2025年度に実施された米国の小売店舗で展開する販促イベント（ヴァージニア州のスーパーMarufuji、西海岸Mitsuwa Marketplace等で開催される高知県フェア等）にも継続的に積極参加。

○ 業務用商品やPB商品の受注を行うと共に、比較的所得の低い市場でも売り易い「小袋入り商品」や、海外で人気の高まりつつある柚子果汁を強化した新商品等を開発、上市した。

○ 2025年度前半の売上高は対前年同期比で米国向け224%、タイ向け237%、香港向け268%、シンガポール向け207%、中国向け583%、スイス向け263%という輝かしい成長を記録することが出来た。

○ 現在は米国とタイが最大輸出市場であるが、今後は中国や欧州向けの成長が期待される。

マル斗醤油株式会社



「五感で醸す」

木桶を使った伝統製法を承継

自社の成長戦略の要として輸出に取り組む
積極的な現地出張を重ねて、米国、香港、台湾向け
安定取引の確立と拡大を実現

所在地：長野県中野市 HP：<https://maruisoyou.com/>

主な輸出品目：醤油、たれ、同加工食品

主な輸出先：米国、フランス、香港、台湾



主な輸出品

- 背景
- マル斗醤油株式会社は長野県中野市にある醤油メーカーで、木桶を使った伝統製法を承継した風味豊かな醤油を主軸に、醤油を原料にしたタレ等の調味料や各種加工食品等の生産も行っている。
 - 国内市場が縮小する中、自社の将来にわたる企業成長戦略の要として輸出に取組み、海外市場への参入を計ると共に、更には、二人のご子息を輸出事業を通して国際的な人材として育成し事業承継に繋げたいとの思惑もあり、輸出プロモーター事業の支援を受けることとなった。

- 取組・支援
- 2018年、輸出プロモーター事業に採択。専門家と輸出に取組む目的と企業戦略についての入念な打合せを行うと共に取組施策/アクションプランの立案の指導を受けた事で着実な計画実行が可能となった。
 - ジェトロ長野事務所、長野県輸出協議会等の協力を得て、米国の日系スーパーや香港の現地系大手スーパーとの現地商談会、ジェトロ主催の海外バイヤー招聘商談会ではフランスの有力な輸入卸との商談、FOOD-TAIPEIのJAPAN PAVILLION出展等、国内外の各種イベントに積極的に参加し専門家による商談支援を受けたことで、販路構築と商談スキルのレベルアップを得ることができた。
 - 2019-2021年はコロナ禍により国内外のイベントに参加できない中、専門家の指導によりオンライン商談やプレゼン用の動画制作に取り組む、海外顧客との取引を維持拡大することができた。

- 成果・展望
- 専門家支援を受けて輸出に取り組み始めた当初は、海外売上は殆どなかったが、2022年の支援満了時の海外売上は300万円、さらに2025年度実績は800万円と支援終了後も更に売上を伸ばしている。
 - 2024年から本社工場社屋の新築工事を進め、今年の初夏には竣工予定で、これを機会に輸出ビジネスの更なる拡大に向けて国際認証であるFSSC22000の取得に取り組んでいる。
 - 今後も海外取引先との協働により、現地消費者等の需要開拓に取組み、海外売上の拡大を目指す。



現社長（真中）と事業継承を託す二人のご子息

2026年に竣工予定の新工場社屋
FSSC22000認証取得予定

石丸製麺株式会社

加工食品

2025年度まで支援



社内輸出体制構築を通じ輸出拡大に尽力

所在地：香川県高松市

HP：(海外専用) <https://ishimaruudon.com/>

主な輸出品目：乾麺(うどんが中心)

主な輸出先：台湾、米国、EU、香港、中南米

- 同社は創業約120年の老舗企業。独自開発の「手打式乾麺」によりさめきうどんで高いシェアを誇っている。輸出は従前より商社任せで海外市場に関しては関心が薄かったが、**うどんに対する海外での認知度も高まりつつあった**ことから会社の重要な経営方針として主体的に輸出に取り組むことにした。
- 同社は以前より行政との付き合いが深かったこともあり、ジェトロ輸出プロモーター事業を紹介され、**本格的に輸出体制構築へ舵を切ることになった**。

- 専門家として取り組んだのは商社任せの物流の現状分析を通じ、各市場毎の可能性調査と取組商社の整理整頓を実施しながら、物流ルートの簡潔化を図り、**販促に向けた基礎情報の社内共有を進めた**。
- 同社には既に外資量販店実務経験者が採用されていたことから具体的な実務として同氏と連携しながら、市場動向の分析、国内外商談会への参加等を通じながら販売戦略を構築。又、**販促の重要なツールとして海外向け英文HPを専門業者を交えて構築**した。
- 専門家としては各市場の動向、優良顧客関連情報を常にアップデートしながら、同社と共有し、商談を成立させ新規販路構築に尽力した。2023年にはインドへ初出荷。**2023年大手商社経験者を採用し、2025年同社内に輸出専門部署を正式に構築した**。

- 支援開始前と比較すると、輸出量が漸増する中で、輸出部署が正式に社内に立ち上がり同社増産計画の重要な柱が出来た。現在海外展示会へ積極出展しながら、英文HPを通じ確立した「石丸うどん」ブランドの拡販に努めている。2025年5月**メキシコ向け1コンテナ初成約**。米国富裕者層向け商品開発(7月出荷予定)。米系大手量販店との商品開発開始。海外向けInstagram開始等海外メインストリームビジネスへの足掛かりを構築中。



同社輸出品



Japanese Food EXPO(US)出展



製造中の手打式乾麺

背景

取組・支援

成果・展望

株式会社 エフディアイ



ハラル認証取得、EU規制対応済み原材料を使用した新商品を開発し、10か国以上に輸出販路拡大

所在地：香川県三豊市 HP：<https://fdionebaum.com/>

主な輸出品目：バウムクーヘン

主な輸出先：米国、ドイツ、ペルー、ブラジル、マレーシア、シンガポール、台湾、韓国、中国、香港

背景

- 株式会社エフディアイはオリジナルのバウムクーヘンの他、OEM製造も得意としており、商品企画から製造、納品までの全工程をワンストップで行い、小ロットから大量量産まで、多種多様なニーズに対応可能。国内では競合が多いが日本独自のふんわりしたバウムクーヘンは海外では認知度がさほど高くないことから、海外市場開拓に着手。
- インバウンドの増加に伴い、海外からの引き合いが増えた事から、2022年ハラル認証を取得し、輸出用新商品を開発。日本オリジナルのバウムクーヘンの本格的な輸出に取り組みを開始した。

取組・支援

- ハラル認証マークを強調したパッケージデザインを採用し、人口増加が見込まれるイスラム市場をターゲットにした商品を開発し、国内輸出商談会やFOODEX等展示会に出展。
- 競合他社との差別化を図るため、EUへの販路開拓の取り組みを開始。EU認定施設より原料の卵を仕入れる等、EU向け新商品開発を行った。2025年ドイツ「ANUGA」に出展し、商談をサポート。ドイツ、イタリア、オランダ、英国のバイヤーから品質、パッケージデザインに対し高い評価を得た。また、OEMの引き合いも多く、EUのみならず、米国、中東、アジアのバイヤーとも商談し、ドイツのスーパーに成約、販売を開始した。
- 社長とインド人営業担当社員の徹底した情報共有・役割分担による商談後の見積提示、必要書類の提出等、輸出対応のスキーム構築をサポート。新規案件やOEM引き合いの増加にもスピーディーな対応を行い、成約率が向上した。

成果・展望

- プロモーター支援開始当初の、韓国、中国、オーストラリアの3か国への輸出実績から、米国、EU、台湾、中国、東南アジア、南米ペルー、ブラジルなど13カ国、輸出金額は700万円から3倍の約2000万円に拡大。
- さらにFSSC22000を取得予定し、日系スーパー以外の欧米の現地マーケットや、カフェ等、新たな市場拡大に取り組む。



FOODEX2026で海外輸出実績を
展示ブースに明記



「Made in Japan」

ハラル認証マークをパッケージにデザイン



ANUGAブースでOEM対応のミニマムロットを
明記する事で小ロット対応の商談が増加

株式会社モトックス

品目：酒類

2025年度まで支援



海外展示会積極参加で輸出拡大

所在地：大阪府東大阪市 HP：<https://www.mottox.co.jp/>

主な輸出品目：日本酒、リキュール、焼酎、ワイン

主な輸出先：フランス、米国、中国、ハンガリー、香港、タイ



初めての海外展示会フランスSIRHAの様子



パリSalon du Sake出展時の様子



蔵元と共に開発、PB化したCraft Sakeシリーズ

- 背景
- ワイン輸入で実績あるモトックス社が日本酒を中心とした和酒輸出にチャレンジ。ワインビジネスで培ったノウハウを用い欧米市場で通用する味わいやラベルデザインを国内多数の蔵元と開発。
 - 日本酒輸出は初めての取組で、円滑な事業スタートを求めてプロモーター事業を利用。輸出担当者による積極的な取組で多くの海外販路を獲得した。

- 取組・支援
- モトックスの特徴は蔵元と協力して自社ブランド（Craft Sake シリーズ）を開発。特にラベルに関しては伝統的な日本酒ラベルを廃し欧米で受け入れられ易い個性豊かなラベルデザインを採用。またワイン販売で培ったストーリー重視や個性的な味わい、差別化可能な味わいのお酒を中心にラインアップし海外需要を開拓した。
 - プロモーター（専門家）がジェトロサービスの積極的活用を提案。また海外販路開拓系の補助金も有効に活用し、より多くの海外展示会、国内商談会等へ積極的に参加し販路開拓に成功した。また、プロモーター指導により他省庁が取り組む酒類系海外販路拡大支援サービスも積極的に活用。海外コーディネーターからの情報収集や海外展示会出展等を行った。
 - 輸出担当者2名の積極的な取組を支援するべくプロモーター同行による商談支援、ジェトロ大阪本部からの各種情報提供、各国別規制や特恵関税利用に関する支援などを行い販路拡大に協力し事業開始から短期間で大きな成果を得た。

- 成果・展望
- 輸出先3カ国から17カ国へ伸張。ワイン販売で培った経験を基に商社でありながら各蔵元商品を流通させるのではなく、リスクを取ってPB化行い自社商品とすることで仕入価格を抑え、自社目線で海外、特に欧米で売りやすい商品を開発したことが成功の要因。そしてプロモーター支援を通じて海外展開初期に不足するノウハウを補うことで着実に短期間で成長した。

酔仙酒造株式会社



フランスの展示会で燗酒提案 ヨーロッパへの販路開拓成功

所在地：岩手県陸前高田市 HP：<https://suisenshuzo.jp/>

主な輸出品目：日本酒

主な輸出先：米国、韓国、フランス等

- 岩手県の酔仙酒造は、陸前高田に本社を置く。東日本大震災の津波で蔵の建物が全壊、一年後に大船渡に新工場を建設、**奇跡の復活を遂げた。岩手県の県民酒とも呼ばれる濁り酒「雪っこ」が人気**を博す。
- 自社で缶の充填装置を持ち米国向けに缶詰商品を、また韓国向けにPBの輸出を手掛けてきたが、ヨーロッパは未開拓で、本事業を通じ、販路拡大を図った。

- 岩手県穀物コンソーシアムのメンバーとして、2025年2月のフランス展示会に参加が決定。
- **フランス市場のトレンドを徹底研究**、マーケットに合った商品の選定を行い、商品のプレゼン資料を作成した。目玉として企業の売りである「雪っこの薄にぎり」を準備した。
- 岩手の地酒（純米酒）は燗上がりする酒質で、**フランスの方々に燗酒の面白さを紹介するため適切な温度帯と提供方法を事前に研究し提案、大好評を博し**ディストリビューターと契約。同年7月にフランスに向け初出荷を行った。
- 商品到着直後の10月に開催されたフランス、ナントの展示会に再度参加し、同期間中にディストリビューターと同行営業、小売店での試飲販売も行う。**2か月で初回発注分を売り切り、継続して追加オーダー受注。**
- 実際に酒造りを行っている**杜氏による解説が、フランスのコアな酒ファンの琴線に触れた**ことも成功の要となった。

- **パリのトレンドな居酒屋でのオンリストに成功、企業のブランド構築に大きく貢献した。**
- 2025年の9月末の発売開始より好評を博し、連続受注。1回の出荷量を過多にせず、フレッシュローテーションで品質管理の行き届いた商品デリバリーが可能となっている。**今後はヨーロッパ周辺国への販売拡大も狙える見込み。**



新築された大船渡蔵



杜氏による酒造り



フランス、ナントの展示会

有限会社 秀鳳酒造場

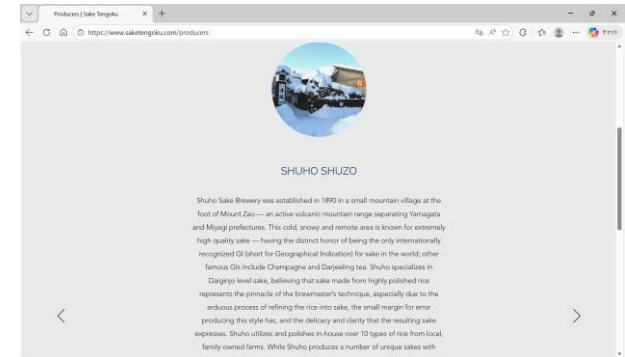


清酒の主要輸出国「米国」への新規インポーター 開拓事例

所在地：山形県山形市 HP：<https://shuhosyuzo.com/>

主な輸出品目：日本酒

主な輸出先：米国、中国、韓国、台湾、香港、シンガポールほか



新インポーターサイトでの当社紹介ページ



米国向けのメイン商品



清酒の仕込み風景

背景

- 有限会社秀鳳酒造場は、創業1890年（明治23年）の老舗酒蔵。多くの受賞歴も持ち、国内外へと広く販売している。しかし清酒の主要輸出国である米国では当社の販売量が伸び悩んでいた。今後の成長を見据えるうえで、米国市場での売上拡大は重要な課題であった。
- 当時の取引先は日本食材を扱う大手総合輸入業者であり、販促活動はメーカー自身が行う必要があった。しかし地方の中小規模の酒蔵が米国で頻繁に販促を行うことは難しく、当社の酒を十分に訴求できていなかった。そのため、清酒に理解が深く、こだわりを持って販売促進を行う専門インポーターへの切り替えが求められていた。

取組・支援

- 輸出プロモーターの指導のもと米国で実績のある日本酒専門インポーターをリストアップ。その中から当社に適した候補を選定。アプローチ段階では商談ツールのブラッシュアップ、商談のスキルアップを指導。商談の進展に伴い企業主導へ移行することで、効率的に有力候補との商談機会と成功体験を創出した。
- 見積書提示の際には、プロモーターから引き渡し条件などの記載内容について助言を行うなど、取引条件の明確化と商談の円滑化につなげた。

成果・展望

- 支援の結果、米国の日本酒専門インポーターとの新規取引が開始された。コロナ禍を含む期間においても年間約100万円の継続的な売上を確保し、インポーター変更前の売上と比較して10倍の売上増を実現した。
- 支援終了後も輸出プロモーター事業を通じて得た経験やノウハウを活かし、自力での他国新規取引先開拓や既存取引先への販売拡大を図った結果、直近年度の輸出売上は約4,000万円に達した。これは支援期間が終了した2021年度と比較して約3割増。