



新潟県（株）ネクスティ 『日本の“だし文化”を世界へ』

【主な品目】

鰹節、つゆ、だしパック、水産加工品、農産加工品など

【主な輸出先国・地域】

韓国、台湾、タイ、ベトナム、アメリカ、オーストラリア

【輸出取組の概要】

- ◆（株）フタバ（鰹節メーカー）の海外事業部を輸出専門商社として平成27年10月に分社化。県内外の日本食材を幅広く取り扱い、20カ国以上へ輸出。
- ◆ 県内産有望商品のさらなる発掘や新規の販路開拓、混載輸出による輸送コスト削減に取り組む。
- ◆ コロナ禍で売り上げが減少していたが、回復基調。

【輸出実績】

	輸出額(万円)	出荷時期
令和5年度	17,600	通年
令和4年度	13,900	
令和3年度	12,000	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ コロナ禍における業務用商品の売上低下。
- ・ コロナ禍において直接面談での商談や展示会の機会が失われた。
- ・ 「日本のだし」自体の認知度が世界ではまだまだ低い。

【生じた課題への対応】

- ・ Web商談、Web展示会などの非接触型コンテンツを最大限利用し、PRや既存取引先への地道かつ工夫した売込みを実施。
- ・ ジェトロ商社リスト、バイヤー招へい商談会等と連携した輸出希望者とのマッチングや情報収集を実施。
- ・ 正しい使い方を伝える教育と、それぞれの国の特徴を加えてローカライズさせていく提案が重要。

【対応の結果】

- ・ 新規チャネル開拓による売上げの拡大。
- ・ 既存客の取扱いアイテム数の増大、新規ディストリビューターの獲得。

【今後の課題・展望】

- ・ ターゲットとする国の嗜好や傾向、マーケティングの違いをより理解する必要がある。
- ・ 日本独自文化である「だし」の認知度向上を目指し、SNS運用やインフルエンサー施策及びSNS広告とデジタルコンテンツ制作を統合的かつ有機的に絡ませ、効率よく実施していく。

【効果があった取組】

それぞれの国の言語に翻訳したレシピ集で提案。和食の基本からアレンジ方法まで説明し、「文化」も含めた発信に挑戦。和食文化と商品の双方の理解が深まると、商品のファンが増え、口コミで広めてもらえるようになった。



Food Taipei 出展の様子



現地デパートでの試食販売の様子

【活用した支援・施策】 JAPANブランド育成支援等事業費補助金、デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業、JAPAN MALL事業、JAPAN STREET事業、JETROオンライン商談会、JETROアリババ助成事業、各種セミナー他

【ウェブサイト】 <https://www.nextytrading.com/>

【連絡先】 担当者名：和田 武 TEL:0256-46-0260