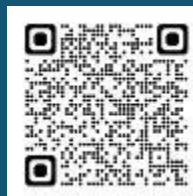


北陸地域の農林水産物・食品 の輸出取組事例集



令和8年3月
農林水産省
北陸農政局

※全国の取組事例は、年度別に左記の二次元コードからご覧いただけます。→



目 次

1. 北陸地域の輸出取組事例一覧

2. 事業者・生産者別の輸出取組事例

新潟県	1
富山県	18
石川県	34
福井県	47

○当資料は、北陸農政局のホームページでもご覧いただけます。

【ウェブサイト】

http://www.maff.go.jp/hokuriku/food/export/hokuriku_jirei.html



●北陸農政局へのお問い合わせ先

経営・事業支援部輸出促進課

直通:076-232-4233

FAX:076-232-4178

北陸地域の輸出取組事例一覧

頁	市町名	事業者・生産者	主な輸出品目	コ	青	花	茶	畜	水	加	ア	林	そ	主な輸出先	事例更新状況
				メ	果	き		産	工	ル	産	の	物		
【新潟県】															
1	新潟市	新潟麦酒(株)	ウイスキー、ビール、発泡酒								○			米国、欧州、オーストラリア、香港、シンガポール他	4年度
2	佐渡市	(株)北雪酒造	日本酒								○			アメリカ、欧州、オーストラリア、中東、他	4年度
3	三条市	(株)ネクスティ	饅頭、つゆ、だしパック等							○			○	韓国、台湾、タイ、ベトナム、アメリカ、オーストラリア	6年度
4	妙高市	(有)かんずり	香辛調味料(かんずり)							○				米国、EU、東南アジア	4年度
5		錦鯉輸出協議会	錦鯉						○					東・東南アジア、EU各国、米国等	5年度
6	新潟市	(株)新潟クボタグループ (株)新潟農商	コメ(玄米・精米)	○										香港、シンガポール、モンゴル、他	6年度
7	新潟市	(株)港製菓	和菓子(大福、クリーム大福、串団子)							○				北米、EU、イギリス、オセアニア、東南アジア、他	6年度
8	佐渡市	(株)佐渡相田ライスファーマーミング	コメ(精米・玄米)	○										フランス(パリ)、中国(上海)	6年度
9	田上町	ジョイントファーム(株)	コメ(玄米)	○										シンガポール、香港、台湾、米国	4年度
10	新発田市	新発田市米輸出促進協議会	コメ	○										台湾、香港、シンガポール、ハワイ、NY、ベトナム	6年度
11	新潟市	一正蒲鉾(株)	水産練製品(なると、ちくわ、カニかま等)						○					米国、カナダ、香港、台湾、他	5年度
12	加茂市	(株)ライスグローワーズ	有機栽培米	○										スイス、ドバイ、グアム、サイパン、他	4年度
13	新潟市	新・新潟米ネットワーク(同)	コメ	○										台湾、米国、豪州、欧州、シンガポール	5年度
14	新潟市	新潟県酒造組合	清酒(日本酒)								○			アメリカ、韓国、香港・マカオ等	5年度
15	佐渡市	尾畑酒造(株)	日本酒								○			米国、シンガポール、香港、マレーシア、台湾等	4年度
16	新潟市	今代司酒造(株)	日本酒、甘酒								○			アメリカ、アジア、豪州、欧州	5年度
17	阿賀野市	(株)ワイエムフーズ	厚焼玉子							○				アメリカ、香港、カナダ	6年度
【富山県】															
18	南砺市	日の出屋製菓産業(株)	米菓							○				台湾、香港、中国、アメリカ、フィリピン等	6年度
19	富山市	五洲薬品(株)	清涼飲料水、健康食品									○		中国、台湾、タイ、ベトナム、香港	7年度
20	砺波市	富山県花卉球根農業協同組合	チューリップ球根			○								台湾	6年度
21	入善町	(有)ドリームファーム	米、米加工品(米粉ラーメン、うどん)	○						○				香港	6年度
22	黒部市	皇国晴酒造(株)	日本酒								○			米国、香港、中国、韓国等	5年度
23	射水市	(有)京吉	ほたるいか一夜干し、ほたるいかの沖漬け等							○				タイ、香港、シンガポール	6年度
24	南砺市	三笑楽酒造(株)	日本酒								○			台湾、香港、シンガポール、オランダ等	7年度
25	高岡市	山元醸造(株)	味噌、醤油、つゆ、かば焼きのたれ								○			香港、ベトナム、台湾、シンガポール、ドイツ他	5年度
26	氷見市	(株)海津屋	乾めん								○			シンガポール、台湾、タイ、香港、マレーシア	6年度
27	入善町	(株)ウーケ	無菌包装米飯	○										中国、欧州各国、豪州他	5年度
28	砺波市	トナミ醤油(株)	ゆず果汁、ゆずこしょう、ゆずみそ、昆布醤油等								○			オーストラリア、ニュージーランド、シンガポール、他	7年度
29	高岡市	(有)仁光園	卵					○						香港	5年度
30	富山市	(有)グリーンパワーなのはな	コメ・コメ加工品	○										英国、中国、フィンランド、他	7年度
31	富山市	富美菊酒造(株)	日本酒								○			韓国、台湾、中国、香港、米国、フランス	4年度
32	南砺市	(農)富山干柿出荷組合連合会	干柿、あんぼ柿								○			台湾、香港、マレーシア、タイ、カナダ	6年度
33	富山市	かね七(株)	顆粒調味料、だしパック、削り節							○				ベトナム、台湾、米国 他	5年度

北陸地域の輸出取組事例一覧

頁	市町名	事業者・生産者	主な輸出品目												主な輸出先	事例更新状況		
				コメ	青果物	花き	茶	畜産物	水産物	加工食品	アルコール	林産物	その他					
【石川県】																		
34	金沢市	直源醤油(株)	醤油、粉末醤油、つゆ、ドレッシング等											○			アメリカ、中国、ヨーロッパ等	5年度
35	白山市	(株)車多酒造	日本酒											○			米国、カナダ、東南アジア、アフリカ他	6年度
36	金沢市	北陸製菓(株)	ビスケット、クッキー、カンパン、揚げあられ											○			米国、中国、香港、台湾、シンガポール、マレーシア他	6年度
37	金沢市	羽二重豆腐(株)	がんもどき、豆乳ドーナツ											○			アメリカ、イギリス、フランス、ベルギー、カナダ他	6年度
38	七尾市	(株)スギヨ	魚肉練り製品(かまぼこ等)											○			中国、香港、シンガポール、台湾、中東他	6年度
39	川北町	(有)わくわく手づくりファーム川北	クラフトビール											○			米国、台湾、シンガポール、香港、フランス、中国	6年度
40	金沢市	(株)ヤマト醤油味噌	醤油、味噌											○			米国、EU、英国、東南アジア諸国他	5年度
41	能登町	(株)和平商店	いか加工品											○			シンガポール、香港	4年度
42	金沢市	(株)金沢大地	コメ、コメ加工品等	○													米国、EU、スイス、UAE、香港他	6年度
43	加賀市	(株)Ante	サイダー、シャンメリー、ポテトチップス											○			香港、シンガポール、台湾、マカオ等	7年度
44	白山市	加賀味噌食品工業協業組合	味噌											○			台湾、米国、フランス、香港、シンガポール	6年度
45	小松市	(有)ジャパンファーム	コメ	○													香港、台湾	7年度
46	七尾市	(有)大根音松商店	乾燥なまこ、なまこ加工品											○			香港、シンガポール等	7年度
【福井県】																		
47	越前市	マルカワみそ(株)	有機みそ											○			オランダ、ドイツ、フランス、スペイン、他	7年度
48	越前市	(株)新珠食品	大福餅、茶碗蒸し											○			アメリカ、タイ、香港	6年度
49	若狭町	(株)エコファームみかた	リキュール(梅酒)											○			中国、香港、シンガポール、タイ	6年度
50	福井市	(株)室次	醤油、醤油加工品、昆布加工品											○			台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、UAE、フランス他	6年度
51	敦賀市	(株)奥井海生堂	昆布製品											○			米国、英国、フランス、香港、タイ、シンガポール他	6年度
52	坂井市	久保田酒造(資)	日本酒											○			オーストラリア、台湾、シンガポール	5年度
53	敦賀市	(株)北前船のカワモト	だしパック、昆布製品、海産物											○			香港、シンガポール、台湾	5年度
54	越前市	(株)武生製麺	冷凍なまそば											○			米国、シンガポール、タイ、香港、台湾	5年度
55	大野市	(株)南部酒造場	日本酒											○			米国、中国、シンガポール、フランス等	6年度
56	福井市	福井県農業協同組合	コメ	○													香港、シンガポール、ドイツ他	5年度
57	鯖江市	(株)マイセンファインフード	大豆と玄米のベジミート											○			米国、フランス、など	6年度
58	福井市	(株)ペントフォーク	米粉・米粉加工品											○			ベトナム、台湾	6年度
59	坂井市	(有)粋	冷凍寿司、冷凍丼											○			香港、シンガポール、オーストラリア	4年度
60	永平寺町	黒龍酒造(株)	日本酒											○			米国、台湾、香港、中国、欧州	6年度



新潟県 新潟麦酒(株) 『ウイスキーを全世界へ』

【主な品目】

ウイスキー、ビール、発泡酒

【主な輸出先国・地域】

米国、欧州、オーストラリア、香港、シンガポール他

【輸出取組の概要】

- ◆ 15年程前から韓国へのビール輸出に始まり、アメリカ、オーストラリア、香港、台湾等への輸出が広がった。
- ◆ 平成29年からウイスキーの製造を始め、輸出が大幅に増え、アメリカ、EU、オーストラリア、東南アジア等約30か国へ輸出している。

【輸出実績】(平成12年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和3年度	50,000	通年
令和2年度	30,000	
令和元年度	6,555	



コンテストで受賞したウイスキー「越ノ忍」

【取り組む際に生じた課題】

- ・ EUや一部の東南アジアでは、ISOなどの国際衛生基準を取得しているかが問われる。

【生じた課題への対応】

- ・ 「令和2年度食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業」を活用し、ビール、ウイスキー製造施設の改修、機器整備を実施。
- ・ 令和4年12月、FSSC22000認証を取得予定。

【対応の結果】

- ・ 施設整備により生産体制を増強し、海外のバイヤーにも堂々と案内できる製造所になった。
- ・ 世界的なコンテスト(サンフランシスコ・ワールド・スピリッツ・コンペディション)で、最高賞のダブルゴールド(2020年、2022年)及びゴールド(2019年)を受賞する等、知名度が上がり人気が高まっている。

【今後の課題・展望】

- ・ ウイスキーシングルモルトを増産するため、新潟県阿賀町に第2蒸留所を増設した(令和3年11月)。
- ・ 衛生基準の点から話を取り下げたEUの大手販売店に再度アプローチをする。

【活用した支援・施策】令和2年度食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://niigatabeer.jp/>

【連絡先】 担当者: 代表取締役 宇佐美 健 TEL 0256-70-2200



新潟県 (株)北雪酒造

『レストランNOBUをパートナーに、佐渡の酒を世界へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、欧州、オーストラリア、中東、他

【輸出取組の概要】

- ◆ 地元の農家に呼びかけて酒米研究会を結成し、新たな手法を取り入れた付加価値の高い日本酒を製造。
- ◆ 米国、イギリスなど世界各国に展開する「レストランNOBU」で提供される唯一の日本酒として、世界の食通を魅了。

【輸出実績】（平成2年度から輸出開始） ※輸出実績は、決算期により集計したもの

	輸出額(万円)	出荷時期
令和3年度	26,654	通年
令和2年度	15,389	
令和元年度	11,937	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 信用力の維持。
- ・ 日本酒の知名度の低さから、日本酒の魅力を伝える必要性。

【生じた課題への対応】

- ・ 「朱鷺と暮らす郷づくり認証米制度」(佐渡市)による契約栽培で、安心・安全に配慮した酒づくり。
- ・ 「NOBU」においてSAKEディナーを開催し、日本酒を普及。
- ・ レストランのスタッフ向け日本酒セミナーを開催し、日本酒に対する知識向上。
- ・ 伝統を重んじながらも、新たな設備導入による品質向上。

【対応の結果】

- ・ 原料の酒米は、地元佐渡産や新潟県産を積極的に使用し、契約農家と手を携え規模を拡大。
- ・ お客様の嗜好・希望に沿った独自のオーダー酒の提供を実現。
- ・ 「NOBU」と「北雪」の間には、パートナーとしての強い信頼を構築。

【今後の課題・展望】

- ・ 世界に日本酒の持つ魅力を発信。
- ・ 確かな品質と差別化された日本酒の提供により、今より一歩前、一歩上の高みを目指す。

【活用した支援・施策】平成21年度食農連携促進施設整備事業

【ウェブサイト】 <http://sake-hokusetsu.com/>

【連絡先】 担当者名:管理部 中川 康夫 TEL:0259-87-3105



レストランNOBUと北雪



酒米づくりで連携している地元赤泊酒米栽培グループの方々



オーストラリアでのSAKEディナーの様子



新潟県 (株)ネクスティ 『日本の“だし文化”を世界へ』

【主な品目】

鯉節、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(鯉節メーカー)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



新潟県 (有)かんずり

『新潟の伝統香辛料“かんずり”を米国等へ』

【主な品目】

香辛調味料(かんずり)

【主な輸出先国・地域】

米国、EU、東南アジア

【輸出取組の概要】

- ◆ 海外での和食ブームの中、日本人シェフが現地で使用する食材に日本ならではのものを取り入れる機会が増え、新潟県の伝統香辛料である「かんずり」の輸出を決意。
- ◆ 輸出商社への積極的な営業で海外での販路開拓を模索。
- ◆ 英語の商品案内などを用意することで輸出先での販売を促進。
- ◆ JETRO主催の海外展示会等に積極的に参加し、現地での卸先・小売店舗を開拓。

【輸出実績】(平成24年度から本格的に輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和3年度	500	通年
令和2年度	300	
令和元年度	360	



ずらりと並んだかんずり商品

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出先での商品の動向、消費者ニーズ等の情報不足。
- ・ 商品の圧倒的な認知度不足。食べ方、使い方の理解を得るまでに時間を要する。

【生じた課題への対応】

- ・ 社内に輸出担当者を配置し、商品動向、消費者ニーズ等の把握や輸出商社へのきめ細かな営業に努める。
- ・ JETRO主催の海外展示会やマーケティング拠点(インスタ・ショップ)事業に積極的に参加し、販路開拓はもちろん、食べ方、使い方を訴求。
- ・ 輸出商社と連携し、英語の販促ツールなどを用いて、現地での分かりやすい商品案内に努める。



かんずりのビン詰め商品

【対応の結果】

- ・ 商品の認知度が上がるとともに、輸出商社の担当者による積極的な現地バイヤーへの商品紹介により輸出が拡大。

【今後の課題・展望】

- ・ 輸送経費等が多額となり、現地での販売価格が高くなることが大きな課題であり、輸出経費の削減のため、コンテナ混載など効率的な輸送方法の検討。
- ・ 食べ方、使い方の訴求は継続的に行わなければならない、現地に行かずともPRが出来るWeb配信の検討。
- ・ 豪州等からのスキー客等へ商品を紹介し、豪州等の新たな輸出先の開拓。



原料とうがらしの雪さらし

【活用した支援・施策】 JETRO主催海外見本市 / 県・商工会の海外商談会出展補助事業等

【ウェブサイト】 <https://kanzuri.com/>

【連絡先】 担当者名: 森 健太郎 TEL: 0255-72-3813



新潟県 錦鯉輸出協議会

『錦鯉を世界各国へ』

【主な品目】

錦鯉

【主な輸出先国・地域】

東・東南アジア、EU各国、米国 等

【輸出取組の概要】

◆ 錦鯉を東・東南アジア、EU各国、米国など世界各国へ輸出。

【輸出実績】

	輸出額(億円)	輸出量(t)	出荷時期
令和 4年	32	163	10～5月
令和 3年	27	160	
令和 2年	25	150	

※新潟県水産課調べ(暦年集計)

【取り組む際に生じた課題】

- ・コイヘルペスウイルス病の蔓延防止。
- ・海外バイヤーに対する錦鯉の輸送・飼育方法の普及。

【生じた課題への対応】

- ・地区の生産者全体での疾病対策の強化。
- ・海外バイヤーに対する錦鯉の輸送・飼育方法の技術指導。
- ・アジアカップ錦鯉品評会など海外で行われる錦鯉品評会での審査協力・指導。
- ・海外で好まれる品種の生産。

【対応の結果】

- ・輸出額の増加、輸出国数の拡大。
- ・海外における新潟県産錦鯉の衛生管理に対する信頼度の向上。

【今後の課題・展望】

- ・未開拓の国への錦鯉のPR、輸出促進に向けた宣伝活動。
- ・安全で健康な錦鯉の輸出のための防疫体制の確立。

【活用した施策・支援】 令和4年度補正 GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト

【連絡先】 新潟県農林水産部水産課内水面係 TEL:025-280-5315



代表的な品種の一つ「紅白」



錦鯉オークションの様子



新潟県 (株)新潟クボタグループ(株)新潟農商 『現地精米で、玄米での輸出体制を確立』

【主な品目】

コメ(玄米・精米)

【主な輸出先国・地域】

香港、シンガポール、モンゴル、他

【輸出取組の概要】

- ◆ 香港で玄米貯蔵・精米体制を確立し、平成23年から玄米での輸出を開始。
- ◆ モンゴルに現地法人を設立し精米工場を建設、平成25年から玄米で輸出。
- ◆ シンガポールでは、現地法人との連携により、平成26年から玄米で輸出。
- ◆ 直接取引の他に、商社を通して世界各国への販路拡大。

【輸出実績】(平成23年から輸出開始)

年	輸出量(t)	出荷時期
令和5年	4,100	通年
令和4年	2,600	
令和3年	2,000	



イベント(ハワイ)

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 長距離輸送後の品質確保、供給量の安定化。
- ・ 現地での認知度不足。
- ・ 定期的なマーケティング活動。

【生じた課題への対応】

- ・ 生産者との直接契約から輸出、現地精米・販売までをグループ会社で取り組み、物流・商流をシンプル化。
- ・ 生産者と複数年契約することにより、安定的な供給量を確保。
- ・ 品質管理で有利な玄米での輸出を行うことで、国内と同等な品質を確保。
- ・ 定期的な試食販売やテレビCM等のプロモーション活動を実施。



イベント(アメリカ)

【対応の結果】

- ・ 集荷・販売をクボタグループが責任を持って行うことで、生産者との信頼関係が高まり生産量が安定。
- ・ 国内と同等な品質のコメ供給が可能となり、現地競争力が向上。

【今後の課題・展望】

- ・ 現地プロモーションをさらに強化し、富裕層への浸透、日本食レストラン等への販路拡大。
- ・ 多収穫品種の生産拡大やスマート農業技術の導入により、リーズナブルな価格帯で提供することで、需要拡大を図る。



モンゴルで販売している商品

【活用した支援・施策】 令和4年 輸出物流構築緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.niigatakubota.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:鈴木 TEL:0250-25-3168



新潟県 (株) 港製菓

『日本の和菓子を新潟から世界へ』

【主な品目】

和菓子(大福、クリーム大福、串団子)

【主な輸出先国・地域】

北米、EU、イギリス、オセアニア、東南アジア、中東

【輸出取組の概要】

- ◆ 昭和57年、ハワイ(ホノルル)新潟県観光物産展に参加、現地駐在員等に販売開始。
- ◆ 平成9年、台湾に和菓子輸出開始、本格的な輸出事業をスタート。
- ◆ 平成24年、イギリス・フランスなどのEU、オセアニア地域への輸出開始。

【輸出実績】(平成9年度から本格輸出開始)

	海外販売比率	出荷時期
令和6年度	25%	通年
令和5年度	20%	
令和4年度	20%	

【効果があった取組】

FSSC22000認証取得により、対外的な安全性・信用度が増し、多数エリアからの引き合いが増加。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出ノウハウの不足や担当者の語学力不足から輸出事業への参入を躊躇。
- ・ 中国や台湾製造等の安価な商品との競合。
- ・ 欧米人との味覚の相違や食品添加物等への情報不足。

【生じた課題への対応】

- ・ 輸出商社・輸入商社との連携を図り、食品添加物等の情報提供を受ける中で事業展開を図る。
- ・ メイドインジャパン・ジャパブランドのイメージ展開や、FSSC22000取得などにより一層の安心・安全を訴求。

【対応の結果】

- ・ 和食文化の浸透による和菓子の需要拡大、新潟の食文化を世界に発信。
- ・ 賞味期限は流通日数や現地の商習慣により1年程度求める先方ニーズに合致し、解凍後の説明だけで商品販売が可能。
- ・ スイーツの一つとして現地駐在員や日系のお客様以外にも浸透。

【今後の課題・展望】

- ・ 国内開催の輸出向け商談会への出展を増加させ、輸出商社との商談回数も増やし、高い信頼関係を構築。
- ・ 各国・エリアのレギュレーションを把握・理解し、規制に対応した商品開発により販路拡大。

【活用した支援・施策】 フードデックスジャパン、輸出EXPOへの出展 県・市の海外商談会出展補助事業等

【ウェブサイト】 <http://www.niigata-minato.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 営業部 大平 TEL: 025-270-3710



大福



クリーム大福





新潟県 (株)佐渡相田ライスファーム

『佐渡米を世界へ!!』

【主な品目】

精米・玄米

【主な輸出先国・地域】

フランス(パリ)・中国(上海)

【輸出取組の概要】

- ◆ 生産者自らが香港、シンガポール、上海でのフェアに参加し、佐渡のコメをPR。現在はパリ、上海で販売。来季に向け5年前から進めているNYへの販路拡大を本格的に現地販売先と模索中。
- ◆ バイヤーのニーズに着実に応えるとともに、現地カウンターパートが必要な情報を提供するなど、綿密なコミュニケーションを重ねて信頼関係を構築し、輸出を実現。
- ◆ パリやNY等、自社企画の現地イベントを開催。佐渡島の芸能文化やお酒や食、観光客誘致等を絡め佐渡島の地域全体を売り込むことで、さらなる販路拡大を目指す。

【輸出実績】(平成26年度から輸出開始)

	輸出量(kg)	出荷時期
令和6年度	17t	10～9月
令和元年～5年度	250kg～5t	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 商談時の意思疎通の困難さ(言語の違いなど)。習慣の違い。
- ・ 輸出入規制情報(コメ輸入ライセンス、ラベル表示、受入貯蔵設備等)の認識不足。
- ・ 各国の国際情勢の変化に影響を受け輸出量が減った。
- ・ コロナによる影響により国外への営業自粛となったことから、令和元年～2年度の輸出量が減少。

【生じた課題への対応】

- ・ 効果的な通訳の活用及び口頭ではなく記録に残る方法(SNSなど)での迅速かつ密接なコミュニケーションにより、海外の販売先との信頼関係を構築。
- ・ ジェトロ情報等を活用し、積極的な情報収集と輸入者側への情報提供を実施。
- ・ アジアだけでなく欧米にも販路を開拓するため、GLOBALG.A.P.を取得。

【対応の結果】

- ・ 香港の高級日本料理店との販売契約を締結(現在はコロナも含め休止)。
- ・ パリ、ニューヨーク、上海等で販路を開拓し新たな取引がスタート。
- ・ パリでは2021年10月から「パリのおにぎり屋」で使用開始。
- ・ 2018年から7年連続にGLOBALG.A.P.を取得中。国際的な品質証明として力を発揮し続けている。少量だが有機JASも3年かけて取得した。

【今後の課題・展望】

- ・ 輸出先の国内情勢の変化により安定した出荷ができないことを痛感。アジアだけでなく欧米等の輸出先も確保することが必要。来季に向けて、5年前から動いているNYへの本格的な販路拡大を進めている。
- ・ 観光も含めた地域の特色を生かした販売戦略が必要。
- ・ 今後は、有機JAS取得したお米のオーガニック市場を視野に入れた生産販売戦略を進める。

【活用した施策・支援】シンガポール伊勢丹新潟フェア、香港そごう新潟フェア、ジェトロ香港、シンガポールおいしいジャパン、シンガポール伊勢丹、ジェトロ貿易投資相談、JAグループ商談会等販路拡大の活動支援事業

【ウェブサイト】 <http://www.aidarice.website/>

【連絡先】 担当者名:代表取締役 相田 忠明 Tel 0259-22-3467 Mail t-aida@sadoyanippon.com



2015年2月香港新潟フェア



2018年2月パリで自社企画佐渡祭開催



2022年パリのお店でPR

米



新潟県 ジョイントファーム(株)

『玄米をシンガポール・香港・台湾・米国へ』

【主な品目】

玄米

【主な輸出先国・地域】

シンガポール、香港、台湾、米国

【輸出取組の概要】

- ◆ 東日本大震災後、売上げが激減。対応策を模索。
- ◆ 培ってきたネットワークを基に、健康や医食同源をキーワードに、安全安心の「玄米」を試食(物産展、展示会、商談会)を通じてアジア、アメリカへ輸出。

【輸出実績】(平成24年から輸出開始)

	輸出量(t)	出荷時期
令和3年度	28	通年
令和2年度	25	
令和元年度	27	

【効果があった取組】

事前に商談相手や現地のニーズ、物価等の把握、商談相手に合ったプレゼンを現地の協力者と一緒に実施



アメリカでのイベント(食のEXPO)

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 香港・シンガポールでは、日本米の産地間競争により、高価格帯米の需要が減少。
- ・ 販売促進に係る渡航費等の経費が高額となるため、安定した輸出継続が厳しい。
- ・ 輸出先の取引上の課題(商社・検査項目・記載事項・発送形態等)が多い。



ニューヨークでの試食販売

【生じた課題への対応】

- ・ 量より質を追求。安売りではなく、価値のある米や関連商品を積極的にPR。
- ・ 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会やにいがた産業創造機構(NICO)等の事業を活用することにより、より多くの物産展、展示会等に参加。
- ・ 商社や関連会社等とのコミュニケーションや、各検査項目の把握と事前の検査。

【対応の結果】

- ・ 安易な価格競争に陥ることなく、適正な価格での販売が実現。
- ・ 健康、安全安心をキーワードに、玄米の美味しさや健康・医食同源をアピールした結果、他の米商品と差別化がはかれた。
- ・ 「米粉・玄米粉」を活用したグルテンフリーの Pasta(麺) の新商品を開発し、スーパー、百貨店、レストラン等へ販売を促進。



ニューヨークアイパンラーメンにて玄米麺メニューの試作

【今後の課題・展望】

- ・ リモートの商談会やSNSを利用した商品情報の発信をメインとし、アメリカやヨーロッパ等をターゲットとした市場拡大を目指す。

【活用した施策・支援】 平成25年度香港FOODEXPO見本市、平成26年3月食品商談会IN新潟 等への出展

【ウェブサイト】 <https://www.gensenmai.net/>

【連絡先】 担当者名:大野 TEL:0256-41-5466



新潟県 新発田市米輸出促進協議会

『新発田産米を世界各国へ』

【主な品目】

米

【主な輸出先国・地域】

台湾、香港、シンガポール、ハワイ、NY、ベトナム

【輸出取組の概要】

- ◆ 新発田市では、インバウンド誘客と輸出促進策の両輪で経済活性化を進める中で、海外への米輸出を開始。
- ◆ 市長による海外でのトップセールスや農業者、観光協会(DMO)、商工会議所、集荷事業者、金融機関、新発田市等の関係機関が一体となった「新発田市米輸出促進協議会」で輸出に取り組むことにより、更なる新発田市産米の輸出拡大を図る。

【輸出実績】(平成28年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年産	6,226	315	通年
令和4年産	5,812	306	
令和3年産	4,295	233	



NYワッカジャパン現地店舗での市長及び農業者

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出用米の価格面や玄米色彩選別が必要なことなどから、当初は農業者が米を出してくれなかった。
- ・ コロナ禍の影響によって、海外の飲食産業からの受注が減少し、特に業務用向けの「こしいぶき」の販売が減少。



NYジャパンビレッジでの新発田産米販売(市農業者)

【生じた課題への対応】

- ・ 市長のトップセールスに農業者も同行し、現地販売店等で米をPR。
- ・ 現地のSNS・インフルエンサーを活用し、個人リテール向けに「コシヒカリ」をPR。

【対応の結果】

- ・ 農業者に実際に現地での米の販売状況や消費者の反応を見せることにより、輸出に取り組んでみようという意識改革に繋がった。
- ・ 個人消費需要(コシヒカリ)が増え、コシヒカリの評価も高くなっている。



NYワッカジャパン現地店舗での新発田産米試食販売(市長)

【今後の課題・展望】

- ・ 米の輸出で確立された販路を活用し、にいがた和牛の地域ブランドとして登録された「新発田牛」やあられ、おかき等の新発田産品の輸出に繋がりたい。
- ・ 海外では有機農産物の大きなマーケットがあることから、「新発田市有機農業産地づくり推進協議会」を立ち上げ、付加価値の高いオーガニック米の産地形成を推進。

【活用した支援・施策】

令和2、3、4年度：GFPグローバル産地づくり推進事業 令和5、6年度：デジタル田園都市国家構想交付金事業

【ウェブサイト】<https://www.city.shibata.lg.jp/>

【連絡先】担当者名：新発田市輸出促進協議会事務局(新発田市農林水産課) 山上、兼田 TEL:0254-33-3108



新潟県 一正蒲鉾(株) 『水産練製品を世界各国へ』

【主な品目】

水産練製品
(なると、ちくわ、カニかま等)

【主な輸出先国・地域】

米国、カナダ、香港、台湾、マレーシア、シンガポール、フィリピン、豪州、サウジアラビア 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 水産練製品の輸出実績を積み重ね、現在は、なると、ちくわ、カニかまなどを中心に輸出。
- ◆ 顧客のニーズをつかみ、低温物流未整備地域でも扱える常温保存可能なカニかまを開発。
- ◆ 業務用だけでなく小売向けの販売を強化し、世界へのブランド発信を目指す。

【輸出実績】 (平成12年度以前から実績あり)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和4年度	37,000	通年
令和3年度	37,000	
令和2年度	25,000	



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 世界的に支持されるカニかまと比べ、一部の水産練製品は小ロットで輸出先が限定的であることから収益性が乏しい。
- ・ 天然着色料などの添加物は輸出先の規制によっては使用できない。
- ・ 温度管理が必要な商品はコールドチェーンが未整備の地域には不向き。



輸出商品のカニかま
「MARINE STICK Plus+」

【生じた課題への対応】

- ・ 輸出商品を、現地で支持され付加価値の高いものに絞り込み、主力商品を育成。
- ・ 輸出先の規制の状況や規制に適合する原料について調査を実施し対応。
- ・ 常温でも長期間にわたり品質が保持できる商品を開発。



輸出商品の「なると巻」

【対応の結果】

- ・ 輸出商品を絞り込み、製造負担軽減による収益性の向上。
- ・ 輸出先の規制に合致する原料を使用した商品製造が可能になった。
- ・ 輸出向け商品の開発により輸出実績が向上。

【今後の課題・展望】

- ・ 引き続き安全・安心を基本に、ユーザーに信頼され愛される商品・サービスを提供する。
- ・ 業務用に加え小売向け販売を強化し、自社ブランドを世界中に発信していく。
- ・ 漁獲量が減少傾向にあるウニ、魚卵等の代替商品を開発し、環境負荷の軽減に貢献。

【活用した支援・施策】令和元年度食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.ichimasa.co.jp/>

【連絡先】 担当:海外事業部 TEL:025-270-7502



常温保存可能な商品
「Sea Salad」

米



新潟県 (株)ライスグローワーズ 『有機栽培米を世界各国へ』

【主な品目】

有機栽培米

【主な輸出先国・地域】

スイス、ドバイ、グアム、サイパン 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 有機質肥料で育てた高品質の米を高価格帯で輸出。
- ◆ 高付加価値米を安定して輸出するため「にいがた有機農業輸出促進協議会」を設立し、各産地農家に加入してもらい、連携を強化。

【輸出実績】（平成25年度から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和3年度	2,745	48	通年
令和2年度	1,596	42	
令和元年度	1,710	45	

【効果があった取組】

商品を真空包装することで賞味期限を延長し、ターゲット国の家庭食向けニーズ対応が可能に。また、輸送時のコストや破損リスクが軽減。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地邦人や飲食店への販売を主としていたが、コロナ禍で売上が減少。
- ・ 現地での商談ができなくなってしまった。

【生じた課題への対応】

- ・ 業務用米から、スーパー、デパート等で購入できる小売り店頭向け商品にシフト。その間に日本食レストランに営業をかける等、販路開拓のための活動も行った。
- ・ 県、JETROにサンプル送付と現地企業とのマッチングを委託し、現地に行かずとも商談を成立させた。

【対応の結果】

- ・ 海外スーパーでの売り上げが伸び、レストラン、邦人向け需要減少の影響を抑えることができた。
- ・ 欧州で飲食店の営業が再開されたときの売上回復がスムーズだった。
- ・ 新たにアメリカ向けの輸出を開始することができた。

【今後の課題・展望】

- ・ 国際認証を取得し、輸出先国の新規開拓を目指す。
- ・ 輸送用コンテナの確保が難化し、価格も高騰していることから、アフターコロナの物流の最適化を目指す。

【活用した支援・施策】

平成30年度 戦略的輸出事業者が行う海外市場開拓推進事業
 令和2年度 輸出先国の市場変化に対応した食品等の製造施設整備の緊急支援事業
 令和2年度 ASIA GAP認証取得等支援事業
 令和3、4年度 GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://www.okome.com/>

【連絡先】 担当者名:石附 TEL:0256-64-7720



ドバイでの商談の様子



スイスでの商談に使われた商品





新潟県 新・新潟米ネットワーク(同) 『コメを台湾等へ』

【主な品目】

コメ

【主な輸出先国・地域】

台湾・米国・豪州・欧州・シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ 新・新潟米ネットワークは米の輸出を目的として新潟県内の農業者を中心に平成18年に設立、令和3年9月に法人化(合同会社化)。
- ◆ 平成20年に台湾の高級日本料理店に新潟産コシヒカリを卸したのを皮切りに、台湾への直接輸出を伸ばしてきた。
- ◆ 海外の需要に合った米の輸出に農業者が連携して取り組み、安定的に供給できる生産体制の構築を図る。

【輸出実績】 (平成20年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和4年度	7,504	281.8	通年
令和3年度	8,003	295.8	
令和2年度	7,045	325.8	

【効果があった取組】

現地の既存取引先商社と共に、現地での新潟県産品の商談会に出席。
既存取引先を通しての販路拡大ができた。

【取り組む際に生じた課題】

- 基本的には予め契約した数量を生産者に振り分けて新規需要米を作付けする体制だが、販路拡大に取り組めば、引き合いは常にある。その際には、翌年作付けするコメを提案するが、お客様がすぐにも欲しい場合にコメの在庫が無いというケースがある。スポット需要に対してどれくらい対応できるかが課題。

【生じた課題への対応】

- 近隣の集荷業者等に事情を話して、新規需要米の在庫があれば融通してもらう。

【対応の結果】

- 近隣の集荷業者に在庫があれば安価で調達することで、いただいた引合いにお応えできるが、在庫が無い場合は、採算を度外視して主食用米を調達するか、その時の引き合いをお断りするしかない。

【今後の課題・展望】

- 輸出用米に取り組む同志と情報交換をしながら、採算の合う持続可能な生産・販売の体制づくりを進める。
- 低コスト生産体制の確立、集出荷・精米の効率化、現地訪問や商談会への参加による新規販路開拓等を実施し、更なる輸出拡大を図る。
- 取引の際に生じる問題点等を行政側にも知ってもらうよう、情報発信に努める。

【活用した支援・施策】 令和3、4、5年度GFPグローバル産地づくり推進事業

【連絡先】 担当者名: 桜井貴志、TEL: 025-385-2988 メール: n.niigatarice.nw@gmail.com



令和5年 LAでの展示商談会



新規取引への商談



新潟県 新潟県酒造組合

『世界的なSakeの銘醸地Niigataを目指す』

【主な品目】

清酒(日本酒)

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、韓国、香港・マカオ 等

【輸出取組の概要】

- ◆ GFP事業(2021-)により、アメリカ、フランス、台湾を対象としたニーズ調査等を実施。
- ◆ 英語版PVやレク資料制作、県内在住外国人を招いたペアリング、各種研修会等を実施。
- ◆ 関係団体と協力してフランスでのイベント(サロンドュサケ)への参加や英国での新潟フェア開催に取り組む。

【輸出実績】 (平成3年度より輸出開始) (注)統計上遡及できる範囲

	輸出額(千円)	輸出量(e)	出荷時期
令和4年度	4,101,000	3,100,000	通年
令和3年度	3,214,420	2,563,333	
令和2年度	1,862,198	1,679,169	

新潟大学日本酒学センター

産官学の連携により、2018年に開設された同センターは、全学問領域を網羅した講義、講義録の発刊、博士課程の開設、業界向けセミナーの実施など多彩な活動を展開している。さらに、ボルドー大学やカリフォルニア大学デービス校と連携協定を結び、世界初の日本酒学の確立に取り組んでいる。本年も両大学から関係者が訪れた。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 伝統や文化に裏付けされた新潟清酒の紹介や現地料理とのペアリングを通じた浸透が道半ばである。
- ・ 蔵元によっては、輸出のノウハウ取得やルート開拓が十分できていない。

【生じた課題への対応】

- ・ コロナ感染症がほぼ収束したことを受けて、様々な機会(酒の陣、Miss SAKE新潟大会等)を利用して新潟清酒のPRを図る。
- ・ 国、県、市町村、JETRO等と連携し、個々の蔵元の輸出取組支援を図る。

【対応の結果】

- ・ 円安や対日感情の好転等もあり、コロナ禍の下でも新潟清酒の輸出は増加し続け、昨年は3000klの大台を超えたが、今年はやや踊り場状態にある。

【今後の課題・展望】

- ・ 本県を含む10都県の清酒については、中国が輸入規制を継続している。
- ・ インバウンドが解禁されたものの、地方ではツアー客の回復が遅く、外国人向けの直接的訴求の機会がまだ少ない。
- ・ 円安傾向は輸出にはプラスだが、ウクライナ侵攻や国際的な資源高でコストも増加しており、国内消費の長期低落傾向と相俟って経営環境は依然厳しい。

【活用した支援・施策】 令和3、4、5年度GFPグローバル産地づくり推進事業
県消費喚起・需要拡大プロジェクト応援事業等

【ウェブサイト】 <https://www.niigata-sake.or.jp/>

【連絡先】 担当者名:坂井、鎌田、TEL:025-229-1218



にいがた酒の陣2024
(R5.3.11-12)



パリ・サロンドュサケ
(R5.9.30-10.2)



新潟県 尾畑酒造(株)

『四宝和醸の日本酒を世界へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

米国、シンガポール、香港、マレーシア、台湾等

【輸出取組の概要】

- ◆ 米・水・人、そして佐渡の4つの宝の和をもって醸す「四宝和醸」をモットーとする酒造り。
- ◆ ローカルを対象にした現地のインポーターへの直接輸出により、輸出を拡大。
- ◆ 朱鷺との共生を目指し、減農薬・減化学肥料で栽培された佐渡の米で醸した日本酒を世界に発信。

【輸出実績】(2003年から輸出開始)

コロナ禍を経て、年々輸出額は増加しており、2021年は前年比約200%の増加。

【効果があった取組】

生産地の魅力を画像を用いて発信。ペアリングについての提案を行うことにより、具体的なイメージを創造。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外では現地生産の日本酒が主流で、日本からの酒の輸出は大手の日系商社が担っており、地方の小さな無名蔵の進出は難しかった。
- ・ 輸出の規制が厳しく、求められる書類が多様多様。
- ・ 和食市場は広がっているとはいえ、飽和状態に近い。

【生じた課題への対応】

- ・ 英語のHPを作成し、酒蔵の取組や商品の紹介など情報発信を行った
- ・ 日本酒造りの三大要素といわれる「米・水・人」に生産地の「佐渡」を加え、これら4つの宝の輪をもって醸す「四宝和醸」を酒づくりの基本とし、品質とともに“佐渡ならではの”を個性として前面に押し出すようにした。
- ・ 現地のローカルに日本酒を飲んでもらうため、現地ローカルの流通業者との直接取引を行った。
- ・ ローカルのプレイヤーと組むことにより、多様な食文化にアプローチした。

【対応の結果】

- ・ 英語での情報発信により、当酒蔵に関心を持つ相手との直接取引に結び付いた。
- ・ 品質はもちろんだが、生産地の魅力を伝えることで現地まで来てくれるようになり、よりお酒の背景を知ってもらう機会が増えた。
- ・ 食とのペアリングについても提案することで、具体的なイメージを伝えられた。

【今後の課題・展望】

- ・ 廃校を酒蔵として再生した二つ目の酒蔵「学校蔵」ではエネルギー、資源、人の循環型のサステナブルブルワリーを目指しており、サステナビリティを志向する顧客層にアピールする
- ・ 現在約15%が輸出。将来は輸出比率を30%まで伸ばす。

【活用した支援・施策】

<https://www.obata-shuzo.com/home/>

【連絡先】 担当者名:専務取締役 尾畑留美子、TEL:0259-55-3171



アメリカのセールス担当に酒セミナーをしている様子



アメリカでのテイスティングイベントの様子



アメリカ、シンガポール、スペインから酒関係者が佐渡を訪れている様子



新潟県 今代司酒造(株)

『日本酒を世界酒へ』

【主な品目】

日本酒、甘酒

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、アジア、豪州、欧州

【輸出取組の概要】

- ◆ 外国人に分かり易い商品の開発
 - ◆ 外国人の目を惹きやすいパッケージの商品の開発
 - ◆ 世界的に広く食べられている食事とのペアリングに特化した商品の開発
- ◆ 戦略が合致している現地代理店との連携

【輸出実績】 (平成15年頃より輸出開始)

	輸出量(リットル)	出荷時期
令和4年度	21,000	通年
令和3年度	21,000	
令和2年度	9,000	

【効果があった取組】

印象的なパッケージである錦鯉(KOI)の積極展開
 牡蠣とのペアリングに特化した商品(IMA for Pairing with Oysters)の積極展開

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 当社にとって最適な現地代理店の選定(業界の慣習として一国一代理店)
- ・ 特定の食品とのペアリングに特化した商品の開発(特に酒質の設計)

【生じた課題への対応】

- ・ 海外展示会への出展により、現地での露出を増やすことで、多くの代理店候補と商談を実施し、戦略を理解した上で取引をスタート
- ・ 試験醸造に3年をかけ、想定していた酒質を実現

【対応の結果】

- ・ 複数の国で、当社の想定している販売戦略や商流を持つ代理店との取引が開始でき、販売量が拡大
- ・ 目指す商品が完成し、輸出の中ではトップクラスの売上実績

【今後の課題・展望】

- ・ 既存代理店との更なる関係強化による既存市場の拡大
- ・ 海外向けの新商品開発
- ・ 未参入の国・地域での販売開始

【活用した支援・施策】各省庁や自治体による海外展示会への出展補助事業など

【ウェブサイト】 <https://imayotsukasa.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 岡田、TEL: 025-245-3231



錦鯉(KOI)



牡蠣とのペアリングに特化したIMA for Pairing with Oysters



新潟県 (株)ワイエムフーズ 『和食の定番 うま味広がる厚焼玉子を海外へ』

【主な品目】

厚焼玉子

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、香港、カナダ

【輸出取組の概要】

- ◆ 「玉子一筋」に取り組み、製造した商品が卸売事業者から評価を受け、14年前から、香港を皮切りに輸出を開始。
- ◆ 卸売事業者の協力の下、現在は間接輸出で3ヶ国・地域へ輸出。

【輸出実績】(平成23年から本格輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	48,600	115t	通年
令和4年度	41,000	89t	
令和3年度	37,000	83t	

【効果があった取組】

- ・SDGsに取り組み企業イメージが向上した。
- ・海外のお客様の味のニーズと国内向けの調和が実現できた。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 国ごとにある商品の包装ルールに対応する、納品スケジュールと製造計画の組み合わせに時間がかかった。
- ・ 国内向けと海外向けのレシピが異なり、製造ラインの切替が必要で、それぞれの製造時間を設けるため非効率だった。



卵の洗浄殺菌

【生じた課題への対応】

- ・ 海外からのニーズにも対応できるよう製造方法の変更をかけた。
- ・ 海外規制の対応と国内向けニーズを合わせたレシピの1本化の検証及び卸売事業者との協議。



厚焼玉子

【対応の結果】

- ・ 国内向けと海外規制にも対応するレシピの1本化の開発に成功し、国内、海外のお客様も納得の品質を確立でき製造ラインの稼働率が向上した。

【今後の課題・展望】

- ・ 輸出拡大を行うには、FSSCの施設認証の取得、グローバルな人材育成を行う必要がある。
- ・ 現在、間接輸出のみであるが、いずれ直接輸出にチャレンジしたい。
- ・ 製造数を上げるため製造ラインの増強を行う必要がある。



厚焼玉子

【ウェブサイト】 <http://www.ymfoods.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:営業本部海外事業部 TEL:0250-67-2821



富山県 日の出屋製菓産業(株)

『高級米菓で、富裕層向け・贈答用として差別化』

【主な品目】

米菓

【主な輸出先国・地域】

台湾、香港、アメリカ、フィリピン、シンガポール等

【輸出取組の概要】

- ◆ 台湾、アメリカへの大口採用(定番化)
- ◆ リモート商談を継続し、取引の深耕化を図る。
- ◆ 海外専用商品の創出及び、拡販に取り組む。

【輸出実績】 (平成30年2月から米菓の輸出開始) 事業年度:3月～翌年2月

	輸出額(万円)	出荷時期
令和5年度	4,800	通年
令和4年度	1,500	
令和3年度	1,300	

2019FOOD TAIPEI
出展

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地スーパー等では、低価格の米菓が流通。
- ・ 賞味期限120日では商談すらできず、180日以上をいかに確保するか。
- ・ 輸出先国における食品添加物(酸化防止剤)の規制により、販路縮小。

【生じた課題への対応】

- ・ 国内商社を通じ、商品を国内出荷するという感覚での間接輸出。
- ・ リードタイムを要するが、注文を受けてからの米菓製造により、賞味期限の180日を確保。更なる賞味期限の延長に向け、新商品の開発を進める。

【対応の結果】

- ・ 富山県産素材にこだわった国内向けの米菓(しろえびせんべい等)を、そのまま輸出することで、高級米菓(富裕層向け、贈答品)として差別化。
- ・ 個包装商品で賞味期限を延長した、一般家庭用向け新商品を販売。

【今後の課題・展望】

- ・ 食品添加物(酸化防止剤)の見直しを行い、規制により減少した輸出額の回復を目指す。
- ・ 間接輸出は継続し、直接輸出も視野に入れる。
- ・ 大口採用による製造がひっ迫。閑散期の受注を見込む。



2024アメリカ市場調査



定番商品での販売風景

【活用した支援・施策】 令和元年度 海外輸出に向けた国内商社との商談会(JETRO主催)
令和元年度 FOOD台北出展
令和元年度 北陸地域商談会
令和元年度 フードジャパン2019(シンガポールの展示会)

【ウェブサイト】 <https://www.hinodeya-seika.com/>

【連絡先】 担当者名: 田島 博之 TEL:0763-52-3011



富山県 五洲薬品株式会社

『他社と差別化した清涼飲料水等を各国へ』

【主な品目】

清涼飲料水、健康食品

【主な輸出先国・地域】

台湾、タイ、ベトナム、モンゴル国

【輸出取組の概要】

- ◆ 経口補水飲料の輸出をきっかけとして、主に台湾・タイ向けに様々な剤型の経口補水製品、ミネラルウォーター及びサプリメントの輸出に取り組んでいる。
- ◆ 日本製の清涼飲料水が安全安心の観点で需要があり、更に地元富山の資源(天然水や海洋深層水)を使用した商品であるというストーリー性を伝え、他社商品との差別化を図る。
- ◆ 令和元年タイに現地営業拠点を開設し、ASEAN諸国への輸出拠点として認知度のアップを図る。

【輸出実績】 (平成26年度から輸出拡大を開始)

事業年度(3/21~翌3/20)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	23	通年 <small>(令和5・6年度は主要輸出先国の経済情勢・社会情勢悪化により輸出量減)</small>
令和5年度	29	
令和4年度	64	



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 高価格(現地飲料水の約10倍)となる清涼飲料水を納得させるための製品コンセプトとブランド化。
- ・ 清涼飲料水を低価格で販売する日本の大手飲料メーカーとの競合。

【生じた課題への対応】

- ・ 富山の天然水や海洋深層水を使用した商品には、他社製品にはない魅力があることをPRし、差別化を図る。
- ・ 認知度を上げるためにタイに現地営業拠点を設立し、ここを拠点としタイ、ベトナム等のASEAN諸国での販路開拓。

【対応の結果】

- ・ 天然由来の成分バランスを活かした幅広い商品開発や、より高度な機能性飲料等への素材活用により、単純な価格による採用検討を避けることが出来た。
- ・ 特定の商品分野、分類に捉われない様々な関連製品の開発案件を獲得出来るようになった。

【今後の展望】

- ・ タイの現地営業拠点を通じて、タブレットの小口用パッケージと袋詰めを現地業者に委託しており、現地企業と連携し、より一層地元市場への浸透を目指す。
- ・ 主要輸出先国のコロナ禍からの販売回復とASEAN周辺国への出荷拡大。

【活用した支援・施策】 2024年:JETRO(招待バイヤー専用オンラインカタログ & 海外EC販売プロジェクト)

【ウェブサイト】 <https://www.goshu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:営業部 TEL:076-424-2661



富山県 富山県花卉球根農業協同組合 『チューリップの球根を台湾へ』

【主な品目】

チューリップ球根

【主な輸出先国・地域】

台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ 人工的に低温処理を行い、休眠打破をさせる冷蔵処理方法を用いて、平成26年に沖縄県での開花実証に成功。この技術を活かし比較的気候条件に近い台湾での開花実証を計画。開花目標は台湾で最も花の需要が見込まれる春節とした。
- ◆ 令和元年度より砺波市の協力を得て、台北市との取引を開始した。開花実証試験球と合わせて6,550球を出荷した。令和6年度には実証試験を継続しながら30,000球を出荷した。
- ◆ 平成30年以降、台湾の小学校向けに花育活動を継続しており、嘉義市の小学校に水耕栽培キットを販売している(販売球数 H30:630球→R01:900球→R02:900球→R03:840球→R04:990球→R05:1,080球)。R06:1,080球

【輸出実績】 (平成27年度から輸出開始)

	輸出量(球)	出荷時期
令和6年度	30,000(内実証試験用3,000)	12月～ 1月
令和5年度	24,000(内実証試験用3,000)	
令和4年度	15,990(内実証試験用3,000)	

【効果があった取組】

チューリップ球根ならびに水耕栽培を用いた花育活動を通して、富山のチューリップに対する理解と協力を得ることができるようになった。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 競合する他国商品(オランダ産球根)との価格差。
- ・ 輸出先での交渉、事務手続きの代理業務。
- ・ 効率の良い配送方法と輸送品質の維持。
- ・ 輸送コストの削減。

【生じた課題への対応】

- ・ 関係機関(砺波市役所、砺波市観光協会)からの通訳、現地企業紹介等のサポートにより対応。

【対応の結果】

- ・ 交渉、事務手続きについて、関係機関のサポートにより大きな問題は生じなかった。

【今後の課題・展望】

- ・ 運送経費を比較検討し、効率的かつ品質保持可能な運送方法を模索。
- ・ 競合国と異なる品種及び商品企画の提案。
- ・ 輸出先での栽培方法の確立および適応品種の調査(開花率・耐暑性)。

【ウェブサイト】 <http://www.tba.or.jp/>

【連絡先】 担当者名:柴田 TEL:0763-33-2448



台北市の公園にて、チューリップを通じた都市交流。砺波市PR花壇の設置。



台湾の小学校で花育活動。富山県産チューリップ球根の水耕栽培キットを授業に活用。



富山県 (有)ドリームファーム

『自社生産米の香港輸出にむけて』

【主な品目】

米、米加工品(米粉ラーメン うどん)

【主な輸出先国・地域】

香港

【輸出取組の概要】

- ◆ 自社生産のコシヒカリの米粉を原料として、ラーメン、うどんを外注製造で商品化。
- ◆ 米粉ラーメンが香港のディストリビューターと契約成立し、デパートの定番商品に。
- ◆ 平成29年から米粉麺輸出ルートを利用した、小売り、業務用米の輸出を開始。

【輸出実績】(平成27年度から米加工品、29年度から米、米加工品の輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和5年度	525	通年
令和4年度	525	
令和3年度	525	



現地デパートでの試験販売の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 日本産米の種類が多く、なかなか商談がまとまらない。
- ・ 見本市等に出品してもラーメンやうどんは引き合いがあるが米は少ない。

【生じた課題への対応】

- ・ 日本側の商社と、香港側のディストリビューターとの情報共有。
- ・ 米粉ラーメンやうどんの出品を通じて香港において会社名を宣伝。



現地飲食店での販売の様子

【対応の結果】

- ・ 香港の飲食店でのプロモーションが好評を博し、試験販売の実施。
- ・ 試験販売の結果も良好で、業務用、定番商品としての契約成立。

【今後の課題・展望】

- ・ 販売ルートを確保し、まずは香港の飲食店、小売店への米の取扱いについても交渉していきたい。
- ・ さらに日本米が好まれる取引国へプロモートし輸出量を増やしたい。



定番商品での販売風景

【活用した支援・施策】 平成26年度小規模事業者新興国進出支援専門家事業
 平成27年度6次産業化モデル育成事業(県単独施策)
 平成27、28年度香港フードエキスポ、シンガポールフードエキスポ出展
 平成29年度日本ふるさと名産食品展inクアラルンプール出展

【ウェブサイト】 <https://www.dream-farm.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 鍋嶋 慎一郎 TEL: 0765-72-0515



富山県 皇国晴酒造(株) 『日本酒を欧米、アジアへ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

米国、香港、中国、韓国 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 新型コロナの影響でしばらく渡航できていないため、取引先とのきめの細かなコミュニケーションを展開しフォローアップ。継続的な取引を維持している。

【輸出実績】 (平成24年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	120	1.2	通年
令和4年度	130	1.4	
令和3年度	100	1.2	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 新型コロナ下、渡航不可能な状況におけるフォローアップ。

【生じた課題への対応】

- ・ SNSを通じた積極的コミュニケーションを行った。

【対応の結果】

- ・ 得意先と引き続きビジネスを続ける事が出来ている。

【今後の課題・展望】

- ・ しばらくは続くと思われる渡航不可の状況下における、新規顧客の獲得。



上海展示会にて



香港 酒フェアにて

【活用した支援・施策】JETRO国内商談会参加(食品輸出商談会2013 in 富山・2016in北陸)、JETRO輸出有望案件支援サービス

【ウェブサイト】 <http://www.mabotaki.co.jp/?lang=ja>

【連絡先】 担当者名:岩瀬 新吾 TEL: 0120-383-928



富山県 (有) 京吉

『水産加工品をタイ、香港、シンガポール、インドネシアへ』

【主な品目】

ほたるいか一夜干し、ほたるいかの沖漬け、
ほたるいか燻製オイル漬け

【主な輸出先国・地域】

タイ、香港、シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ ジェトロ海外バイヤー招へい商談会に参加。
- ◆ 各種セミナーに参加して海外情報を収集。
- ◆ 飲食店での需要が増加しているので、業務用商品の新規輸出先の模索。

【輸出実績】（平成25年度から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(kg)	出荷時期
令和5年度	183	932	通年
令和4年度	233	960	
令和3年度	175	750	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 信頼できる海外バイヤーとの出会い。
- ・ 国によって規制が大きく違い、情報収集や書類準備に手間を要する。

【生じた課題への対応】

- ・ 富山県、JETROの海外バイヤー商談会に積極参加。
- ・ GFP、JETROを活用し、個々に対応。

【対応の結果】

- ・ 新規輸出先の足がかりができています。
- ・ ハラル対応商品の販売。

【今後の課題・展望】

- ・ 業務用商品をアメリカへ輸出するため、輸出商社と気の合うバイヤーを見つける。
- ・ Fda査察に耐え得る設備に改造するための資金調達と人材育成。
- ・ 小売業への販路拡大。



香港 Food Expo 2016



富山湾産 水産加工品

【活用した支援・施策】 海外見本市出展(香港 Food Expo 2015,16,17 / シンガポールおいしいJAPAN2017,18)
富山県海外バイヤー招聘商談会、ジェトロ国内商談会参加、
令和2年度国際的認証取得・更新等への支援事業

【ウェブサイト】 <https://kyoukichi.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:京谷 政秀 TEL:0766-55-3498



富山県 三笑楽酒造(株) 『秘境五箇山の日本酒を世界へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

オランダ、スペイン、カナダ、台湾、香港等

【輸出取組の概要】

- ◆ 今後、国内市場が縮小する中、次の代の経営を見据え、成長の見込める海外市場への販売が必要と判断し、海外への販路開拓に取り組む。
- ◆ 現在、オランダ、スペインの欧州やカナダ及びアメリカ、台湾等のアジア圏に販路を拡大。

【輸出実績】(平成25年度から輸出開始)

	輸出量(L)	出荷時期
令和6年度(R6.10～R7.9)	1,748	通年
令和5年度(R5.10～R6.9)	996	
令和4年度(R4.10～R5.9)	455	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地取引先が、積極的に営業活動を行わないことによる取引中止。
- ・ 輸出規制が厳しく、輸出開始へのハードルの高さ。
- ・ 長期的に、継続して輸出できる販路獲得の必要性。

【生じた課題への対応】

- ・ できるだけ現地に出向き、経済状況を把握。
- ・ 時間を要するが、継続した輸出規制への対応。
- ・ 国内及び現地の輸出商社への積極的な営業活動の継続。

【対応の結果】

- ・ 輸出規制への対応に数年かかる国もあったが、輸出開始に至った。今後、継続した取引に期待。
- ・ 長期的な目線で、地道に営業活動を継続したことにより、口コミで広がり、国内及び海外の販路拡大に繋がった。



ソウルでの日本酒イベントに商品を出品
2025年6月

【今後の課題・展望】

- ・ 原料となる酒造好適米の価格が急激に高騰する状況であるが、引き続き富山県産を使用し、経営を維持することが重要。
- ・ 輸出取引先とのつながりを大切にし、継続した取引に取り組む。

【活用した施策・支援】 ジェトロ富山主催「食品輸出商談会 2013 in Toyama」への参加(平成25年)

【ウェブサイト】 <https://www.sansyouraku.jp/index.html>

【連絡先】 担当者名:代表取締役・杜氏 山崎 英博 TEL:0763-66-2010



富山県 山元醸造(株)

『富山の麴(こうじ)食品を世界各国へ』

【主な品目】

味噌、醤油、つゆ、かば焼きのたれ

【主な輸出先国・地域】

香港、ベトナム、台湾、シンガポール、ドイツ 他

【輸出取組の概要】

- ◆ 昭和60年頃から味噌、醤油等の麴食品を海外に輸出。
- ◆ ジェトロによる新興国進出支援事業、専門家助成事業の活用。
- ◆ 県や団体等が主催するセミナー、国内外の展示会、見本市等への積極的参加。
- ◆ 平成28年に「ISO22000品質マネジメントシステム」の認証を取得。
- ◆ コロナ禍により業務用が減少したものの、家庭用等の小売用は増加。

【輸出実績】 (昭和60年頃より輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	コロナ禍の影響により、輸出額がここ数年落ち込んでいたが、前年度(R4)下半期と今年度(R5)上半期を比較すると 20%増 。		通年
令和4年度			
令和3年度			



輸出展示会



麴、味噌、製品例

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 国内外の商品との差別化。
- ・ 輸出国のマーケット情報の不足。
- ・ 現地販売パートナーの発掘・原価高騰による値上げ交渉
- ・ コロナ禍の影響により輸出額の落ち込み・イスラム圏開拓に向けたハラール認証取得

【生じた課題への対応】

- ・ 県や団体等が主催する食品輸出展示会やオンライン商談会に参加、積極的なサンプル提供

【対応の結果】

- ・ 「ISO22000」認証取得により、輸出量や国内からのOEM取引が増加。
- ・ 展示会では新規顧客開拓や新たな品目の販売拡大ができた。
- ・ 輸出大国コンシェルジュ等の専門家との連携により、ベトナムの商社との継続的な面談をし輸出金額増加。

【今後の課題・展望】

- ・ 弊社の長い伝統技術を生かしつつ輸出国の食生活にマッチした新商品の開発を行うことで、現地での商品定着度向上を図る。
- ・ 北陸産の有機原材料を使用したオーガニック味噌や酒精無添加商品の輸出(北米へ)
- ・ ハラール認証を取得し、新たな販路(中東アジア、インド)を拡大する

【活用した施策・支援】

令和元年度補正ものづくり・商業・サービス生産向上促進補助金

令和4年度富山県ビヨンドコロナ補助金 第7回事業再構築補助金

令和5年度国際的認証資格取得等支援事業 等

【ウェブサイト】 <https://www.yamagen-jouzou.com/>

【連絡先】 担当者名:立浪 TEL:0766-21-1111



富山県 (株)海津屋

『氷見うどん(乾燥めん)をシンガポール、台湾、タイ、香港、マレーシアへ』

【主な品目】

乾めん

【主な輸出先国・地域】

シンガポール、台湾、タイ、香港 マレーシア

【輸出取組の概要】

- ◆ 伝統の技・手延べ氷見うどんを海外に輸出。
- ◆ 輸出国言語対応のパンフレット・PR動画の作成。
- ◆ 現地ディストリビューターとの同行営業。
- ◆ 県、団体、金融機関等が主催するセミナーや国内外の展示会、見本市等への積極的参加。

【輸出実績】(平成23年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	1,015	9.3	通年
令和4年度	820	8.0	
令和3年度	900	8.3	



タイ：バンコク 神戸屋商談会

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地販売パートナーの協力体制の構築。
- ・ 輸出を行う上で必要な人材が集まらない。
- ・ 現地における協力者の必要性。

【生じた課題への対応】

- ・ 定期的に渡航し、パートナーとの信頼関係の構築。
- ・ 流通事情やマーケットに精通したコンサルタントと業務を連携して情報収集を進めた。
- ・ 今までに知り合った方々の協力を得て、情報収集を行っている。

【対応の結果】

- ・ コロナ禍で業務用需要が減少した令和2年度以降、輸出額、輸出量共にコロナ感染拡大前の水準まで回復傾向にある。
- ・ 予想している成果には達していないため(伸び悩み状態)、何かしらの展開が必要だと思われる。
- ・ 知人程度の協力では販売拡大するには限界がある。

【今後の課題・展望】

- ・ 信頼できる現地のパートナーとの協調、協力依頼が重要。
- ・ 海外に精通した人材の雇用、教育。
- ・ 「氷見うどん」ブランドの浸透を図っていく。
- ・ 現地消費者に向けての試食販売の場の拡大。
- ・ コロナ終息後、輸出国での取引先の再構築。

麺生地を綾掛けして引き伸ばす、
伝統の手延べの技

【活用した施策・支援】中小企業販売開拓総合助成事業(H24年)、とやま中小企業チャレンジファンド事業(H25、26、28年、R元年度)、香港フードエキスポ出展(H26～29年)、シンガポールFood Japan(H28～30年)

【ウェブサイト】 <https://www.kaizuya.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:海津 TEL:0766-91-3030



富山県 (株)ウーケ

『安全・高品質な無菌包装米飯を世界各国へ』

【主な品目】

無菌包装米飯

【主な輸出先国・地域】

中国、欧州各国、豪州 他

【輸出取組の概要】

- ◆ 関西の大手米卸業者を通じて、無菌包装米飯を輸出。
- ◆ これまでの経験を活かし、一部直接、無菌包装米飯を輸出。
- ◆ 国際品質管理システム「SQFcode」で管理して、安全性と高品質を追求する。
- ◆ 「全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会」へ入会し、輸出に関する情報収集。
- ◆ 香港ではコロナ禍が落ち着き外食が戻ってきているが、販売は少し苦戦。

【輸出実績】(平成20年度から輸出開始) ※保税を外しています

	輸出額(万円)	輸出量(万食)	出荷時期
令和4年度	3,135	41.5	通年
令和3年度	2,489	33.3	
令和2年度	2,917	38.8	



無菌包装米飯

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出先の流通ルート情報の不足。
- ・ 輸出に関する手続き等の情報・ノウハウ不足。
- ・ 輸出に精通した人材不足。

【生じた課題への対応】

- ・ 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会へ入会し、輸出に関する情報を収集。
- ・ ズームでの勉強会やマッチング商談会に積極的に参加。
- ・ グループ会社や現地法人との連携により、販売網の確保や顧客ニーズを把握。

【対応の結果】

- ・ グループ会社を通じ、輸出関連の知識向上や輸出に関するノウハウを取得。
- ・ 現地のニーズに対応した商品開発(品種及び硬さなど、現地のトレンド・嗜好を加味)
- ・ 海外においても日本国内で製造される無菌包装米飯の品質・食味が評価され需要が安定。

【今後の課題・展望】

- ・ さまざまなルートから情報を収集し、相手先国の嗜好やニーズを把握し、需要に見合った戦略的な商品の開発を進めると共に、販売・生産体制を構築する。
- ・ アジアのみならずヨーロッパへの更なる販路拡大に向け、情報収集を継続して行う。

【活用した施策・支援】 第二回中国国際輸入博覧会(CIIE)出展(2019.11)

【ウェブサイト】 <http://www.wooke.co.jp/index.php>

【連絡先】 担当者名:舟見 TEL:080-7199-9345

ドンキホーテ
(シンガポール)
での販売風景イオン(香港)
での販売風景



富山県 トナミ醤油(株)

『ゆず果汁、ゆず調味料等を世界各国へ』

【主な品目】

ゆず果汁、ゆずこしょう、ゆずみそ、
昆布醤油等

【主な輸出先国・地域】

オーストラリア、ニュージーランド、
シンガポール、タイ、台湾、インドネシア、EU等

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成20年に富山県主催の台湾現地バイヤーとの商談会やFOOD TAIPEI(台北国際食品見本市)への出展を経て、同年9月からゆず調味料等を台湾に輸出したのが始まり。
- ◆ 国際味覚審査機構主催の「優秀味覚賞」に積極的に出品し、商品の品質に対する客観的評価を得ることにより、商品の差別化やブランド力向上に努めている。
- ◆ コロナの影響で主な輸出先であるオーストラリアへの輸出がストップした時期もあったが、他国への輸出も伸びており、引き続き輸出額は増加している。

【輸出実績】(平成20年から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和7年	14,000	通年
令和6年	11,000	
令和5年	9,000	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地販売パートナーの発掘。
- ・ 信頼できる取引先とのマッチング。

【生じた課題への対応】

- ・ これまでに取引を行ってきた信頼のおける商社を中心に輸出業務を進める。

【対応の結果】

- ・ 新たな販売先の開拓・拡大を図ることができた。

【今後の課題・展望】

- ・ 原材料である良質な国産のゆず、とうがらし等の安定的な調達が課題。
- ・ 2030年をめどに、国際的な取引でも認められているJFS-C認証を取得。

【活用した施策・支援】 FOOD TAIPEI

【ウェブサイト】 <https://tonami-shoyu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 宅間 TEL: 0763-82-0264



柚子こしょう



ゆず果汁



富山県 (有)仁光園

『生食用鶏卵を香港へ』

【主な品目】

卵

【主な輸出先国・地域】

香港

【輸出取組の概要】

- ◆ 国際的認証機関による「農場HACCP認証」を取得し、農場の衛生管理を徹底した。これにより、卵の中のサルモネラ菌の清浄化に成功。
- ◆ 海外で生産される卵では難しい、ご飯に卵をかけて食べる「生食」をアピール。
- ◆ 平成21年3月から、香港の百貨店に生卵を常設販売。
- ◆ レストランのメニューに「卵かけご飯」を提案することにより、輸出を拡大。
(令和2年度富山県での鳥インフルエンザ発生に伴い顧客を失うが、令和3年度既存の顧客の引き合いが増えカバー)

【輸出実績】 (平成21年度から輸出開始)

	輸出量(t)	出荷時期
令和4年度	22	通年
令和3年度	21	
令和2年度	21	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 商品の安定確保。
- ・ 現地販売パートナーの発掘。
- ・ 輸出に関する手続き等の情報及び輸出に精通した人材不足。

【生じた課題への対応】

- ・ バランスの良い生産体制を確保し、商品の安定供給に心がけた。
- ・ 現地バイヤーとの商談会には積極的に参加した。

【対応の結果】

- ・ 信頼を得ることにより年々、輸出を拡大することに成功した。

【今後の課題・展望】

- ・ 飼料高騰による資金繰り悪化への対応。
- ・ 施設・設備の老朽化等による需要者への対応不安。
- ・ 富山県にこだわった飼料、飼育環境の特徴をアピールした商品の開発。
- ・ ケージフリー卵の輸出に向け商談中。(年60トンを予定)

【活用した施策・支援】 フードエキスポin富山 平成27年、28年

【ウェブサイト】 <https://niko-en.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:代表取締役 社長 島 哲哉 TEL:0766-63-8084



仁光園の生食用鶏卵



フードエキスポin富山での商談会



富山県 (有)グリーンパワーなのはな 『米・米加工品を欧州・東アジアへ』

【主な品目】

米・米加工品

【主な輸出先国・地域】

英国、中国、フィンランド、仏、独、香港 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成30年、農産物輸出のための商談会をきっかけに中国への白米輸出を開始。多収米「みつひかり」を欧州、「コシヒカリ」を中国に輸出。有色米の輸出も令和元年から取り組んでいる。
- ◆ GFPグローバル産地づくり推進事業を活用し、ベビーフード粥(中国国際特許出願中)、黒米茶、有色米粉などのコメ加工品を開発し、欧米・東アジアに販売を開始。
- ◆ 越境ECに積極的に取り組む(Shopify、海外Amazon等)。

【輸出実績】 (平成30年から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	2,500	80	通年
令和5年度	1,500	70	
令和4年度	1,080	65	

【効果があった取組】

英語版PR動画を独自に作成。越境ECサイトをはじめ、リモート商談等にも活用することで成約率が上昇。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 低コスト、高品質なコメの生産体制を構築するための生産基盤強化。
- ・ 輸出先国の輸入規制(検疫、残留農薬、包装材料等)対応。
- ・ コロナ禍により、現地商談や展示会への参加ができなかった。

【生じた課題への対応】

- ・ コスト削減と品質向上、生産基盤の強化。
- ・ 残留農薬等の検査体制の構築。
- ・ JETROや県などが主催するオンライン商談会、バーチャル展示会に積極的に参加。

【対応の結果】

- ・ 白米に加え有色米(黒米、赤米)の欧州への輸出が増えた。
- ・ 海外渡航することなく、効率よく商談を実施することができた。

【今後の課題・展望】

- ・ 利益率の確保できるコメ加工品販売や越境ECサイトの運用に力を入れていきたい。
- ・ 日本食文化や日本のコメ文化を広く伝え、輸出拡大に取り組んでいきたい。

【活用した支援・施策】 令和2、3、4年度GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://gp-nanohana.com> (日本語)

<https://japan-rice.farm> (英語)

【連絡先】 担当者名: 金泉 和久 TEL: 076-464-6160



輸向け米加工品



フランス小売店のインスタより、バレンタイン黒米おにぎり



2019年9月英国ジャパン祭り



富山県 富美菊酒造(株)

『四季醸造の富山の地酒を世界へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

韓国・台湾・中国・香港・米国・フランス

【輸出取組の概要】

- ◆ 熟練ノウハウと先端設備の導入による四季醸造で、一年中搾りたての芳醇、高品質な日本酒を東アジア諸国を中心に輸出。
- ◆ 「インターナショナル・ワインチャレンジ」SAKE部門3年連続トロフィー受賞、フランス「Kura Master」2年連続部門トップ表彰等、近年、海外市場でも大きく評価されており、東アジア圏諸国を中心に多くの引き合いを得ている。

【輸出実績】(平成22年度より輸出開始)

年々輸出額は増加しており、2022年は前年比約190%の増加。

【効果があった取組】

コンテスト上位入賞によるプロモーションをSNS、ホームページと連動して行う、現地プロモーターとの同行営業

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出先国での商品価格が国内販売価格の3倍近くなる場合もあることを踏まえ、商品の高付加価値化が求められる。
- ・ 現地の流通過程で、より品質劣化を防げる技術的開発が課題である。

【生じた課題への対応】

- ・ 高付加価値策として、「純米大吟醸スパークリング」を開発。新しいジャンルの日本酒開発により、新規マーケットを開拓した。
- ・ 農林水産省の補助事業を活用し、大型冷蔵設備を導入。これにより、商品の大幅備蓄が可能となり、飛躍的な輸出増加となった。
- ・ 海外の影響力が大きい日本酒コンクールに上位入賞を狙うべく、より切磋琢磨したクオリティを追求。受賞によりブランドの認知を高めた。

【対応の結果】

- ・ 高付加価値商品が海外品評会で受賞する等、商品競争力とブランド力を獲得。
- ・ 商品の品質管理の強化と保管能力が増大し、生産規模の拡大と平準化が実現。

【今後の課題・展望】

- ・ 商品ラインナップを拡充させ、生産体制を強化して輸出先国でのニーズ変化に対応し、輸出量を増大させる。
- ・ 増大する輸出先国からのオーダーに対応するため、品質を保ちながら増産を行う生産、人員体制を整える
- ・ 現地に根付いていくためには、現地スタッフやディストリビューターの協力だけでなく、蔵元や造り手自ら赴き、日本酒やブランドの価値を伝える努力が必要。



在仏日本大使館での表彰式
(2022年スパークリング部門
1位獲得)



在仏ユネスコ大使公邸に於ける
レセプションでのPR



「Place de la Concorde, Hôtel
de Crillon」レセプション

【活用した支援・施策】 農林水産省 富山県輸出変化対応緊急支援事業補助金

【ウェブサイト】 <https://fumigiku.co.jp/>

【連絡先】 営業部長 羽根千鶴子、TEL:076-441-9594



富山県（農）富山干柿出荷組合連合会 『干柿を台湾・東南アジア・カナダへ』

【主な品目】

干柿、あんぽ柿

【主な輸出先国・地域】

台湾、香港、マレーシア、タイ、カナダ

【輸出取組の概要】

- ◆ 古くから台湾を中心に干柿をアジア地域へ輸出しているが、令和3年に「富山あんぽ柿共同加工センター」を整備し、高品質で均一なあんぽ柿の増産が可能となったことから、更に輸出量を増加させ販売額の向上を図る。
- ◆ 輸出先のターゲットは、干柿の需要が高い国や地域を考えている。

【輸出実績】

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年	あんぽ柿:4,200 干柿:2,800	10～1月
令和5年	あんぽ柿:3,800 干柿:5,200	
令和4年	あんぽ柿:3,700 干柿:4,000	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 市場任せの輸出のため、新たな販路開拓が不十分。
- ・ あんぽ柿の賞味期限(出荷から約1か月と短い。)
- ・ 輸出を有利に進めるため、国際的認証等の取得や地理的表示(GI)登録が必要。

【生じた課題への対応】

- ・ 商品・産地紹介のPVや外国語パンフレットを活用し、商品をPR。
- ・ 賞味期限延長に向けた調査、包装資材の改良や冷凍出荷の検討。
- ・ GLOBALG.A.Pの導入、JFS-B認証の順守。

【対応の結果】

- ・ 市場調査の結果、干柿の需要が高い中国系の移住者が多い国に絞り込む方が販売増加になるとの情報を得た。
- ・ 品質調査より、賞味期限の更なる延長が可能との結果を得た。
- ・ 令和2年8月にGI登録。令和3年12月にJFS-Bを取得。
- ・ 令和6年12月にフラッグシップ輸出産地認定。

【今後の課題・展望】

- ・ 引き続き、JETRO等との情報交換や現地調査を行い、市場戦略を検討。
- ・ 中国系の移住者が多い、マレーシア、タイに試験出荷し、あんぽ柿の需要や輸出規制等を調査。
- ・ あんぽ柿の冷凍販売による通年販売を目指すとともに、干柿についても冷凍販売を検討。

【活用した支援・施策】令和3、4、5年度GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://www.hosigaki.jp>

【連絡先】 担当者名:会長 藤井 敏一、TEL:0763-52-0078



カナダでの商談会 1



カナダでの商談会 2



富山県 かね七(株)

『顆粒調味料・だしパック等、アジアを中心に世界の食卓へ』

【主な品目】

顆粒調味料(和風だし、茶)、だしパック、削り節

【主な輸出先国・地域】

ベトナム、台湾、米国 他

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内市場は人口減少で縮小傾向、和食ブームに乗っかり海外市場を拡大したい。
- ◆ ベトナム、台湾などアジア国の他、米国、ブラジル、ヨーロッパ等、世界中へ間接輸出。
- ◆ 2022年(令和4年)にハラール認証等を取得し、更にイスラム市場拡販を目指す。

【輸出実績】 (平成10年度より輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和4年度	8,000	60.0	年間
令和3年度	6,600	49.5	
令和2年度	5,400	40.5	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 台湾へ顆粒だしを直接輸出していたが、原料原産地規制により輸出がストップ。
- ・ ミャンマーへ直接輸出していたが、国内情勢によりストップ。
- ・ 手続きの煩雑さや法律関連で輸出がストップ(直接輸出)

【生じた課題への対応】

- ・ 顆粒だしの原料原産地(しいたけ)を規制のない産地へ変更。
- ・ 商社を通じた間接輸出による取引先の確保

【対応の結果】

- ・ 海外の和食ブームにより顆粒だし、茶も好評、商社を介し30カ国以上へ間接輸出。
- ・ 台湾への直接輸出に繋がる。

【今後の課題・展望】

- ・ 輸出商社との情報交換および現地訪問し、商品がどのように販売されているのか、現地ニーズの把握。
- ・ ハラル認証を取得に伴い、ハラール見本市等でターゲットの絞り込み。

【活用した支援・施策】 JETROハンズオン支援により、中国に合弁会社設立

【ウェブサイト】 <https://kane7.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:石黒文敏、TEL:076-478-1111



FOOD TAIPEI 2023 ①



FOOD TAIPEI 2023 ②



石川県 直源醤油(株)

『味と香りにたくして伝統の心を世界へ』

【主な品目】

醤油、粉末醤油、つゆ、ドレッシング 等

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、中国、ヨーロッパ 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 醤油の産地である大野町で文政8年(1825年)に創業し、平成27年、日系商社バイヤーとの米国輸出商談会をきっかけに輸出を開始。
- ◆ 国内外の商談会への参加や実際に現地のレストラン等へ行き、営業を行うことで販路を開拓。
- ◆ 「粉末醤油」や「高級醤油」等現地のニーズにあった商品を輸出することで、他社との差別化を図り、販路を拡大。フランスから周辺のエウ諸国への供給が増加している。
- ◆ 中国本土へ向けた商品の動きは鈍いが、台湾や欧州向けが増加。今後米国向のドレッシングは業務用にプラスして小売用の増加が見込まれる。

【輸出実績】 (平成27年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和4年度	1,970	通年
令和3年度	1,860	
令和2年度	2,350	



ニューヨークのレストランでの営業の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外で醤油の認知度や需要が高まり、競合が多い中、他社との差別化を図る必要があった。

【生じた課題への対応】

- ・ 取引している商社と一緒にアメリカのレストランへ営業に行き、実際に醤油等を使って料理を作ってもらうことで、商品の良さを伝えた。
- ・ 料理の見た目を良くし、味のアクセントとなる粉末醤油や食の安心・安全を求める富裕層向けに、高級醤油やドレッシング、大根おろしぼん酢を輸出した。



ニューヨークで人気の粉末醤油

【対応の結果】

- ・ 実際に現地で営業を行うことで、高級レストランとの取引につながった。また、商社が同行していたため、その場で商談が決まればすぐに輸出の手配ができた。
- ・ 他社との差別化を図ることで、小容量の高級醤油をフランスに輸出することにつながった。



ロサンゼルスでの展示会での様子

【今後の課題・展望】

- ・ 現地のニーズにあわせた新たな商品開発を目指す(粉末醤油のバリエーション強化、フレーバー重視の液体調味料、EU HACCP対応商品等)。
- ・ 食品安全マネジメントシステムの国際規格であるFSSC22000取得に向けた検討。
- ・ 東南アジア、中東諸国へのアプローチを継続。



展示会に出展された商品

【活用した支援・施策】 いしかわチャレンジ支援ファンド事業

【ウェブサイト】 <https://www.naogen.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:代表取締役社長 直江潤一郎 TEL:076-268-1113



石川県 (株)車多酒造

『国内外パートナーと協力し、金沢の食中酒を海外へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

北米、欧州、東南アジア、アフリカ、他

【輸出取組の概要】

- ◆ 伝統の山廃仕込みを継承し、米や製法にこだわった日本酒を製造、昭和60年より商社を通じてアメリカへ輸出開始。
- ◆ 平成12年(2000年)以降より、積極的に海外への売り込み、販路を開拓。
- ◆ IWC(インターナショナル・ワイン・チャレンジ)の日本酒部門の立ち上げや、日本初となる清酒の地理的表示、GI「白山」の取得に係わり、日本酒の知名度向上にも貢献。

【輸出実績】(昭和60年度より輸出開始)

	輸出量(ke)	出荷時期
令和5年度	52	通年
令和4年度	50	
令和3年度	64	

【効果があった取組】

当社製品の「山廃」の特徴である、味が濃く酸味のある味わいや、地元産の米を原材料とするこだわりを、現地シェフへ直接PRすることで、他に無い個性が評価され、交渉が優位となった。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 国内の日本酒市場が縮小するなか、新たな需要の創出と販路開拓が急がれた。
- ・ 輸出を始めた当初、日本酒の知名度がまだ低い海外においては、小さな市場のなかで、他社と市場の奪い合いに陥りやすく、継続的な輸出に課題があった。

【生じた課題への対応】

- ・ 海外へ出向いて、現地レストラン等への直接営業で、地道な販路開拓を実施。
- ・ 新たな国への販路開拓を探る。
- ・ IWCの他、フランスKura Master等、世界の日本酒コンテストへ積極的に参加しPR。

【対応の結果】

- ・ 海外での継続的な営業を行うことで、人脈が形成され、視野が広がった。
- ・ 現地のシェフ等と直接顔を会わせ、交渉や意見を聴くことで、信頼関係が構築。
- ・ 地酒未開拓の地へ輸出事業開始。
- ・ IWCの日本酒部門が設立されたことで、日本酒の認知度や評価が高まった。また世界の日本酒コンテストへ参加・受賞により、銘柄の認知度・評価も高まった。

【今後の課題・展望】

- ・ 国内インバウンドの創出や、継続的な海外営業により、生産量に占める輸出比率を1から2割に高めたい。
- ・ 海外現地の食事とのマリアージュの研究。また、その発信方法とパートナーとの連携。

【ウェブサイト】 <http://www.tengumai.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:営業部長 横山 直樹 TEL:076-275-1165



フランス Kura Master 2024 部門最高賞&特別賞 表彰式



石川県独自開発の酒米「百万石乃白」を使用した「天狗舞comon純米大吟醸」



石川県 北陸製菓株式会社

『世界へ笑顔とおいしさをお届けします』

【主な品目】

ビスケット、クッキー、カンパン、揚げあられ

【主な輸出先国・地域】

米国、中国、香港、台湾、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、EU、オセアニア

【輸出取組の概要】

- ◆ オンライン商談会や対面商談を通じて各国市場を開拓。アメリカ市場ではギフト缶の人気が高まり、売上が拡大。海外向け新商品の開発やパッケージ改良、小売店との協力体制を強化したことで、販売が徐々に回復。さらに、海外向けPB商品の展開も継続し、新たな市場開拓を進めている。

【輸出実績】(平成25年度から輸出開始)

	輸出額(昨対)	輸出量	出荷時期
令和6年度	109%	274.5t	通年
令和5年度	125.9%	251.8t	
令和4年度	92.1%	201.5t	

【効果があった取組】

hokkaをテーマにする定番棚の陳列、現地EC,SNS等により、輸出先国におけるhokkaブランドの認知度を引き上げている。

【取り組む際に生じた課題】

- 日本市場向けに開発した商品が海外市場のニーズに合わないことがあり、特に味やパッケージデザインに対する要望が多い。
- 原材料や栄養成分の規制対応が求められる市場が増え、各国の基準に適合させる必要がある。
- 揚げあられに関しては引き続き賞味期限の延長を求められており、保存性向上の課題に取り組んでいる。

【生じた課題への対応】

- 海外市場のニーズに合わせた商品開発を進め、特に味やパッケージデザインの改良に取り組んでいる。
- 各国の規制に対応するため、原材料や栄養成分の見直しを行い、必要に応じて成分調整やラベル変更を実施。
- 揚げあられの賞味期限延長については、包装資材の改良や保存テストを進め、対応策を検討中。

【対応の結果】

- 海外市場のニーズに合わせた商品開発やパッケージ改良を進めたことで、各国での受け入れが向上し、販売が拡大。
- 各国の規制に対応した原材料や栄養成分の調整により、新たな市場への展開が可能となった。

【今後の課題・展望】

- 引き続き各国市場のニーズに対応した商品開発を進め、特に味やパッケージデザインのローカライズを強化する。
- 海外の食品規制は厳格化が進んでおり、各国の基準に迅速に対応できる体制の整備が求められる。

【活用した支援・施策】JETRO商談会、JapanStreet

【ウェブサイト】 <https://hokka.jp/>

【連絡先】 担当者: 海外事業部 宋 品萱 TEL: 076-243-1000



海外でのhokka(北陸製菓)定番棚

海外でのhokkaフェア
(試食の代わりに当社のマスコットキャラクターで宣伝)



石川県 羽二重豆腐株式会社

『がんもどきを米国、欧州へ』

【主な品目】

がんもどき、豆乳ドーナツ

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、イギリス、フランス、ベルギー、カナダ、オーストラリア ほか

【輸出取組の概要】

- ◆ 日系貿易商社を限定し、健康志向のレストランをターゲットに販路を開拓。
- ◆ オンライン商談会やSNSを活用して積極的にメニュー提案をして市場を創造。
- ◆ コロナ禍により海外外食需要が減少したが規制解除により回復に向かっている。

【輸出実績】(平成28年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年度	1,791	1～12月
令和5年度	1,669	
令和4年度	1,350	

【効果があった取組】

ジェットロ食品輸出商談会や現地での展示会出展、ディストリビューターとの同行営業で直接バイヤーやエンドユーザーに売り込みをして商品特性や味、使い方を知ってもらった。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外では“がんもどき”が全く認知されていない。(食べる食文化がない)
- ・ “がんもどき”を知らない現地の人にどうやったら食べてもらえるか。
- ・ 現地のエンドユーザーの情報不足。

【生じた課題への対応】

- ・ 商品がイメージできるネーミング (Veggie Tofu Nuggets)。
- ・ 現地イベントや展示会への出展、同行営業、現地レストランへのローカライズしたメニュー提案を通じ、健康に良い日本の伝統的な食材であることを訴求してエンドユーザーを開拓。また、原材料を見直しビーガン向けの食材として訴求。
- ・ 貿易商社を訪問して輸出に対する考え方や展開方法を意見交換して共有化。
- ・ FSSC22000の認証を取得。

【対応の結果】

- ・ 健康だけでなく環境問題にも関心の高い米国から欧州へと広がり、商談の機会が増えた結果、輸出先国及び輸出量が順調に増えてきた。
- ・ 新しい日本の健康食材として外食業界から注目されて売上が増えた。

【今後の課題・展望】

- ・ 現地系レストランチェーンを開拓し販売ボリュームを増やす。
- ・ 米国では東海岸から西海岸へ販路を広げて販売基盤を確立させ、米国の成功事例を水平展開して欧州でマーケットを作り販路を拡大させる。
- ・ 豆乳ドーナツで更に輸出の拡大を図る。



がんもどきのトマトソース



がんもどきの串焼き



豆乳ドーナツのシロップがけ

【活用した支援・施策】ジェットロOn line食品輸出商談会、中部経済産業局輸出支援事業
令和元年度 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.habutae.co.jp/>

【連絡先】 担当者:海外推進室 靱山 知志 TEL:076-249-1171



石川県 (株)スギヨ

『かに風味かまぼこを中国、香港等へ』

【主な品目】

魚肉練り製品(かまぼこ等)

【主な輸出先国・地域】

中国、香港、シンガポール、台湾、中東等

【輸出取組の概要】

- ◆ 1972年(昭和47年)に世界初のかに風味かまぼこを製造し、昭和51年から米国へ同かまぼこを初輸出、昭和61年に米国で製造工場を設立し「カニカマ」が広く認知・浸透。
- ◆ 平成11年に北陸工場がHACCP導入により総合衛生管理製造過程承認工場となる。また、対米輸出水産加工食品工場に認定されるなど国内外で求められる高い衛生基準を確保。
- ◆ 平成16年のカニ風味かまぼこ「香り箱」の発売を機に、将来的なアジアの食品市場拡大を見越し、東南アジア圏への輸出強化。平成27年以降は中国向け輸出が拡大。
- ◆ 令和2年1月以降、コロナ禍により業務用商品の需要が低下し、輸出高も一時的に落ち込んだものの、同年7月以降は徐々に回復。
- ◆ 令和5年8月 ALPS処理水放出の影響により、中国向け輸出が完全停止し、売上が落ち込む。令和5年10月北海道工場「FSSC22000」取得、令和6年10月団地工場「FSSC22000」取得し、東南アジアや中東向けの販路拡大に向け、取組んでいる。

【輸出実績】(昭和51年度から輸出開始)※輸出実績は、決算期により集計したもの

	輸出額(万円)	出荷時期
令和5年度	61,237	通年
令和4年度	51,784	
令和3年度	114,481	



台湾の顧客との打合せの様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 中国参入では言葉の壁や商習慣の違いから日本人では対応困難が予見された。
- ・ 売掛金の代金回収への不安。

【生じた課題への対応】

- ・ 他社との差別化を図るため、高付加価値商品を中心に、販路開拓を実施。

【対応の結果】

- ・ 他社との差別化を図ることで、ブランド化により安定的な需要を確保。
- ・ 中国の輸入者と商品開発、販路開拓の分野で協力関係を強化。

【今後の課題・展望】

- ・ 原料・エネルギー価格の高騰によりコストが増加する一方で、円安による輸出に有利なビジネス環境であるが、世界情勢の不安定と不確定要素が多く、海外市場展開に影響を及ぼしている。
- ・ 中国、香港、東南アジアを中心とした、さらなる販路拡大と需要の掘り起こし。
- ・ 常温商品など新商材の開発、輸出先国において火鍋などを使ったカニカマの食べ方(レシピ)などの提案によるPR活動。
- ・ 中東、東南アジア市場の開拓にも営業資源を投入。



高級かに風味かまぼこ「香り箱」



香り箱の中国ブランド「海の香」

サウジアラビアバイヤー商談
北陸農政局にて

【活用した支援・施策】令和2年度輸出先国の市場変化に対応した食品等の製造施設等整備の緊急支援事業

【ウェブサイト】 <https://www.sugiyoko.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:海外事業推進部 宝泉 TEL:0767-57-0087



石川県 (有)わくわく手づくりファーム川北 『クラフトビールを米国など世界各地へ』

【主な品目】

クラフトビール

【主な輸出先国・地域】

米国、台湾、シンガポール、香港、フランス、中国、ドイツ、イギリス

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成27年4月からシンガポール、28年からは、台湾と香港へ輸出開始。
- ◆ 地元大学の協力により販売戦略を策定し、平成29年4月から米国へ輸出開始。新たに、令和3年からはフランスや中国、令和5年からドイツやイギリスへも輸出し取組を拡大。

【輸出実績】(平成27年度から輸出開始)

	輸出量(L)	出荷時期
令和5年度	4,360	通年
令和4年度	4,426	
令和3年度	9,639	

【効果があった取組】

地元大学の協力によるマーケティング戦略の明確化。



ビール製造施設

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 米国などへの販路開拓に向け、米国食品安全強化法など規制への対応や、商品が持つ高い独自性・付加価値への理解を得るためのマーケティング手法。

【生じた課題への対応】

- ・ ISO2200, グローバルGAPの認証を取得。
- ・ 公的機関と共同開発した兼六園の桜から採取した酵母を利用したビールの開発に成功。

【対応の結果】

- ・ 新たに中国、フランス、イギリス、ドイツに進出を果す。
- ・ 全米桜祭り(ワシントンD.C.)に桜酵母を使用した商品が採用。米国での販売が開始となる。

【今後の課題・展望】

- ・ 生産者であることのこだわりや、他社製品との差別化をストーリー化して世界へ発信する。
- ・ 世界的流行となったコロナ渦後の世界的飲食業の落ち込みに対応して、宅飲み用商品としてビンから缶への商品化を目指す。



左よりコシヒカリエール、
ダークエール、パール
エール、ヴァイツェン



サクラエール

【活用した支援・施策】いしかわ産業化資源活用推進ファンド事業、JFOODOプロモーション事業
令和3、4、5年度 GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://wkwkfarm.com/>

【連絡先】 担当者名:代表取締役 入口 博志 TEL:076-278-7272



石川県 (株)ヤマト醤油味噌

『“醤油のふるさと大野”発 YAMATOブランドを世界の食卓に』

【主な品目】

醤油・味噌

【主な輸出先国・地域】

米国、EU、英国、東南アジア諸国、他

【輸出取組の概要】

- ◆ 輸出倍増計画を作成し、輸出額の1億円超えを実現。
- ◆ FSSC22000を取得し、世界レベルの安全基準に対応。

【輸出実績】 (平成12年から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和4年度	19,600	通年
令和3年度	19,500	
令和2年度	18,000	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 新たな法律の事前情報入手の課題。
- ・ 商談相手の要求への対応。

【生じた課題への対応】

- ・ FDAが、全ての食品メーカーに対して、新たな要求を法律の施行によって行うという情報を入手し、品質管理手法の中でも、一番要求レベルの高い、FSSC22000の認証を取得。

【対応の結果】

- ・ 世界レベルでの安全基準の要求に対応したことにより、新たな販路の開拓を構築。
- ・ 新規顧客の工場見学を通じPRを行うことにより、信頼性を構築。

【今後の課題・展望】

- ・ インドや中近東での展示会等を活用した販路開拓を展開。
- ・ 現地での加工食品の製造・充てん施設に向けた、人材教育の検討。

【活用した支援・施策】 海外見本市出展、ジェトロ国内商談会(輸出商談会in北陸)への参加

【ウェブサイト】 <https://www.yamato-soysauce-miso.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:山本 晴一 TEL:076-268-1248



海外展示会出展の様子



展示会での陳列



海外販売用商品



石川県 (株)和平商店 『いか加工品をシンガポール、香港へ』

【主な品目】

いか加工品

【主な輸出先国・地域】

シンガポール、香港

【輸出取組の概要】

- ◆ 香港の商談会をきっかけに、いかの鉄砲焼き等の加工品を輸出開始。
- ◆ 海外見本市や国内外の商談会への参加、海外現地デパートでの物産展による販売等を通じて販路を積極的に拡大。
- ◆ 中国、ベトナム等の東南アジア諸国への更なる販路拡大を目指す。

【輸出実績】(平成27年から輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和3年	306	通年
令和2年	462	
令和元年	217	

【効果があった取組】

- ・海外現地デパートでの物産展への参加は、商品PRや直接販売により、販売額の増加に直接繋がった。
- ・バイヤーに漁港、冷凍・加工施設を直接見てもらうことで、信頼関係が構築でき商談成立に繋がった。



「Food Japan 2016」(シンガポール)での出展の様子



冷凍により、高い鮮度を長期維持し、人気の高い「能登いか鉄砲焼き」



平成30年より、シンガポールへ輸出が決まった「能登いか煎餅」

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 中国への輸出に関して、手持ちの商品を持っていくだけではなく、中国人に合わせた商品開発が必要。
- ・ 中国、ベトナムの輸出の際には施設登録が必要。

【生じた課題への対応】

- ・ ジェトロの専門家や現地の通訳の意見を取り入れたり、ホテルのシェフのアドバイスを受けたりして、中華系に受け入れられるメニューやレシピの開発を行った。
- ・ 時間と手間がかかる中国、ベトナムの施設登録は専門家を活用した。

【対応の結果】

- ・ 中国、ベトナムの施設登録が完了したので、今後は現地にも赴き、ジェトロの専門家の人脈等を活用し、現地向けに考案したメニューやレシピを広めていく予定。
- ・ 官民の支援施策を活用することで、輸出ターゲット国の規制への対応や現地の情報を効率的に収集することができた。

【今後の課題・展望】

- ・ 既存の輸出先国における継続的な取引に向けた関係強化や、中国、ベトナム向けなど更なる販路拡大を目指す。

【活用した支援・施策】 ジェトロ主催商談会等への参加(海外食品輸出商談会等)

JAPANブランド育成支援事業、平成29年度活性化ファンド事業助成金(ISICO)

【ウェブサイト】 <https://ogiika.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:浅井 園子 TEL:0768-74-0055

米



石川県 (株)金沢大地

『有機のコメ・コメ加工品等をアメリカ、EU等へ』

【主な品目】

米、米加工品等

【主な輸出先国・地域】

米国、EU、スイス、UAE、香港等

【輸出取組の概要】

- ◆ 生産者(金沢農業)として、平成8年に海外有機認証を取得。アメリカ、EUに有機米として輸出開始。
- ◆ オーガニック米「ミルキーQueen」「あきだわら」や特別栽培米「コシヒカリ」を輸出。
- ◆ 酒造会社と共に「有機純米酒AKIRA」を開発、また塩糶や米あめを自社製造するなど、米加工品も輸出。
- ◆ 有機醤油、有機大麦茶等、米関連以外の加工品も輸出。

【輸出契約数量】(平成22年から輸出開始)

※輸出契約数量は、年産別の米の輸出契約数量。

	輸出契約数量(t)	出荷時期
令和6年産	13.02	通年
令和5年産	13.02	
令和4年産	10.02	



現地インポーター主催の展示会 SakeExpo(北米)出展の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出用米の保管や輸送時の品質向上及び作業効率の改善。
- ・ 現地の表示制限や特定の需要への対応。(有機認証、グルテンフリー認証など)
- ・ 新規取引や販売促進の機会創出。

【生じた課題への対応】

- ・ 脱酸素パッケージに切り替え、パレット輸送を開始。
- ・ 柔軟な視点を持ち、商談を重ね双方にとってより良い方法を提案。
- ・ 外国格付表示認証の取得。(予定)
- ・ 展示商談会(SIAL Paris 2022)への出展やアンテナショップ、マッチング商談会への参加。



平成27年より輸出を開始した、「有機米でつくった塩糶」

【対応の結果】

- ・ 現地にも評価をいただき、保管や輸送時の懸念点も改善された。
- ・ 加工品では、コメを原材料としたオーガニック米あめ、有機純米酒AKIRA、塩糶などのほか、醤油や麦茶も継続的に輸出。
- ・ 新規取引の依頼をいただき、商談継続中。

【今後の課題・展望】

- ・ コメ、コメ加工品を中心とした販売活動による需要の掘り起こし。
- ・ 海外での健康志向への関心に応える商品の提供。
- ・ 多様な需要への対応が課題。
- ・ 原料の安定確保。



「SIAL Paris 2022」(令和4年10月開催)のジャパンパビリオンでは、新商品のオーガニックの「やさしさとおいしさの詰まった米粉」シリーズ4種ほか、米あめや日本酒を出展

【活用した支援・施策】 令和4年度いしかわ中小企業チャレンジ支援ファンド事業

【ウェブサイト】 <https://www.k-daichi.com/>

【連絡先】 担当者名:橋本 佳奈 TEL:076-257-8818



石川県 (株)Ante

『地元原材料使用のサイダーを世界へ』

【主な品目】

【主な輸出先国・地域】

サイダー、シャンメリー、ポテトチップス

香港、シンガポール、台湾、マカオ 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 地域活性化を目的に地元のものを原材料としたサイダーを開発。
- ◆ 平成25年から、珠洲の揚げ浜式で作られた塩を使った「奥能登地サイダー しおサイダー」、柚子果汁を使った「金沢湯涌サイダー 柚子乙女」を輸出開始。
- ◆ 平成27年から、金沢金箔を使用した「金箔しおシャンメリー」を、平成29年から、金沢すいかを使用した「金沢砂丘サイダー すいか姫」を、また、平成30年から「奥能登しおポテトチップス」を輸出開始(いずれの製品にも揚げ浜式製塩法で作られた塩を使用)。

【輸出実績】 (平成25年度から輸出開始)

	輸出量(本)	出荷時期
令和6年度	13,000	通年
令和5年度	22,000	
令和4年度	15,000	



FHC China 2015出展の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外販路の開拓。

【生じた課題への対応】

- ・ 県の事業を活用した海外アンテナショップでの販売、また、海外の国際食品見本市への出展等により、海外販路を開拓。

【対応の結果】

- ・ アンテナショップでの販売をきっかけに、現地の日本食レストランを中心に業務用としての継続的な取引につながった。
- ・ 国内における秋冬の売り上げの落ち込みを補い始めている。
- ・ 平成27年9月から、「シャンメリー」の追加やマカオへ販路を拡大。

【今後の課題・展望】

- ・ 平成27年11月に上海で開催された「FHC China 2015」に出展し、中国本土での市場開拓を目指す。

【活用した支援・施策】 平成25年度シンガポールのトライアルショップ事業(石川県)
 ジェトロ食品輸出商談会2014 in ISHIKAWA
 新興市場等におけるマーケティング拠点事業への出品(農林水産省)

【ウェブサイト】 <https://ante-jp.com>

【連絡先】 担当者名: 濱田 TEL:0761-74-8002

地サイダー
「金沢湯涌サイダー
柚子乙女」27年より輸出を開始した
「金箔しおシャンメリー」



石川県 加賀味噌食品工業協業組合 『味噌を台湾、米国、フランス等へ』

【主な品目】

味噌

【主な輸出先国・地域】

台湾、米国、フランス、香港、シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ 他社商品との差別化を図るため、平成22年に米国の有機認証を取得し、米国向けに「有機加賀みそ」を平成24年から輸出。令和元年からフランス向けの輸出も開始。
- ◆ 良質で付加価値の高い商品を生産する社内体制を整え、海外に販売する。
- ◆ コロナ禍による需要低下や船便減少等により出荷量が低下したが、徐々に回復中。

【輸出実績】(平成18年頃から輸出開始)

	輸出量 (t)	出荷時期
令和5年	27	通年
令和4年	25	
令和3年	20	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 国内で好評のチューブ容器の味噌を海外へ展開しようとするも、EUの包材規制が課題となり、出荷ができない。

【生じた課題への対応】

- ・ 包材の変更を検討するも、バリア性を保てる代替え包材が無いため、仕向先をEUから米国・香港・シンガポールへ変更。

【対応の結果】

- ・ 石川県輸出推進事業を活用し、米国と香港、シンガポールへのテストマーケティングを実施。

【今後の課題・展望】

- ・ 北米市場での現地生産品との価格競争については課題が残るため、特徴のある良質で付加価値の高い商品を輸出していく。
- ・ 生産体制を再構築するうえで、HACCPを含めたハード面の整備を中長期的に検討していきたい。
- ・ 全味工連とも連携しながら、「日本の味噌」としての底上げを図っていく。

【活用した支援・施策】「株式会社PPIHと連携した石川県フェア」、「石川県食品輸出アカデミー」、ジェトロ支援(商談会等)

【ウェブサイト】 <https://kagamiso.or.jp/>

【連絡先】 担当者名: 理事長 松本 耕助 TEL: 076-275-5188



縁起の良い加賀てまりをデザインした「加賀みそチューブなパウチ」



有機JASとEU有機の同等性を活用した「有機加賀みそ」のEU向けパッケージ



米国の有機認証を取得した「有機加賀みそ」



石川県 (有) ジャパンファーム

『減農薬・減化学肥料のこだわり米を香港・台湾へ』

【主な品目】

米

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成14年、香港では日本産米の知名度はまだ低く、多くの生産者はビジネスとして成り立たないとの考えが多かったが、高級スーパーマーケットの物産展で試食販売を行いながら3年間出品し、販路開拓に成功。
- ◆ 最近では無農薬・無化学肥料で、より有機栽培米に近いコシヒカリの輸出を始めた。

【輸出実績】(平成14年度から輸出開始)

	輸出量(t)	出荷時期
令和7年度	5	通年
令和6年度	5.4	
令和5年度	6	



山里の清らかな水、土、人を大切に、こだわりの米を生産

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 日本産米の知名度が低く、いかに興味を持ってもらうか。
- ・ 一次的な購買に終わらず、常連客を確保すること。
- ・ 新たな輸出先開拓で、流通面を確保すること。

【生じた課題への対応】

- ・ 知名度向上のため、毎年現地に出向いて、試食コーナーなどによる売り込み活動を行った。
- ・ こだわり米のおいしい食べ方などを現地で紹介、実際に美味しいと実感してもらう販売活動を考案した。



海外店舗での商品陳列

【対応の結果】

- ・ 「山里清流米」は、美味しいとの口コミなどから、徐々に知名度が増し、固定客の確保に繋がった。
- ・ 現地の顧客のニーズが分かり、それに対応した商品を販売できた。



香港・台湾で国内パッケージをそのまま使用、消費者から高評価の「山里清流米」

【今後の課題・展望】

- ・ パッケージなど消費者の購買意欲をかき立てる商品開発。
- ・ 新たな輸出先国の開拓。

【ウェブサイト】 <https://jfarm.jp/>

【連絡先】 担当者名: 生水 豊樹 TEL: 0761-65-3308 / FAX: 0761-65-3318
E-mail: info@jfarm.jp



石川県 (有)大根音松商店

『乾燥なまこ、なまこ加工品を香港、シンガポール等へ』

【主な品目】

乾燥なまこ、なまこ加工品

【主な輸出先国・地域】

香港、韓国、シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内におけるなまこの消費が減少傾向にある中、なまこの食文化が根付く中華圏へ輸出。
- ◆ 国内外の商談会への継続した出展等を通じ、販路を積極的に拡大。
- ◆ 今後、主要3か国に加え、中国への輸出を目指し、更なる販路拡大を目指す。

【輸出実績】 (平成27年から本格的に輸出開始)

	輸出額(万円)	出荷時期
令和5年	3,500	通年
令和4年	3,500	
令和3年	3,600	

【効果があった取組】

・継続した出展で知り合ったバイヤーへは自ら営業に出向き、実際に訪ねることで相手の状況を把握。またバイヤーに加工施設を直接見てもらうことにより、信頼関係が構築でき商談成立に繋がった。



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出先国のバイヤーが、信頼できるパートナーであるかの見極めが難しい。
- ・ 新型コロナウイルスの影響により外食向け輸出が減少した。

【生じた課題への対応】

- ・ 輸出拡大に向けて、国内外の食品見本市、商談会に継続して出展。
- ・ 輸出先国バイヤーから信頼を得られるようJFS-B規格(適合施設)を取得。
- ・ 家庭向けなまこ加工品として、取扱いが簡便で常温保管が可能な商品を販売中。

【対応の結果】

- ・ バイヤーとの信頼関係が構築でき、継続かつ安定した取引につながった。
- ・ コロナ禍で輸出額が一時的に減少したが、徐々に回復し、令和4年度の売り上げはコロナ前を上回ることとなった。

【今後の課題・展望】

- ・ 現在つながっているバイヤーと安定的な取引を継続。
- ・ 中国への輸出を実現するため、新たに現地バイヤーとの信頼関係を構築し、継続的で安定した取引につなげたい。



写真左:「なまこ粥」
安価ななまこだから
こそできる加工食品

写真右:
「バナマコッタ」
なまこのスイーツ
フレーバーはいちご・ほうじ茶・生姜の3種類



当社の輸出の柱となっている乾燥なまこ。
安価で高品質であることが売り

【活用した支援・施策】 令和2年度補正 6次産業化市場規模拡大対策整備交付金
(輸出先国の市場変化に対応した食品等の製造施設整備等の緊急支援事業)

【ウェブサイト】<http://www.namakoya.com/>

【連絡先】 担当者名 関谷由憲:TEL:0767-62-2253



福井県 マルカワみそ(株) 『有機みそを欧州へ』

【主な品目】

有機みそ

【主な輸出先国・地域】

オランダ、フランス、オーストラリア他

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成8年、欧州へ展開している商社の引き合いを受けて輸出を開始。
- ◆ 伝統を重んじる欧州では、木桶で長期間熟成させる伝統的な手法で製造する「有機みそ」が評価され、現在世界24ヶ国で販売。
- ◆ 平成30年、他商社の引き合いを受けて、ハワイへの輸出を開始。

【輸出実績】(平成8年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和7年度	2,929	45	通年
令和6年度	3,218	48	
令和5年度	3,092	45	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 環境を配慮する国に対して、プラスチック容器での販売が困難。
- ・ 商社から、取引で優位となる国際認証の取得を要望される。

【生じた課題への対応】

- ・ バルクに入れて輸送し、現地で瓶詰めして販売。
- ・ 農林水産省補助事業を活用し、FSSC22000認証を取得。(令和2年3月)

【対応の結果】

- ・ FSSC22000認証の取得により他社との差別化が図られ、海外との取引が拡大。一方で、認証維持にコストがかかる。

【今後の課題・展望】

- ・ 商談会に積極的に参加し、東南アジア、米国等への販路拡大を目指す。
- ・ 直接輸出に対応できるよう、輸出手続き等の知識の取得。
- ・ 健康志向の高まり等から有機農産物の需要が拡大しており、みそ原料となる有機農産物の調達が課題。



輸出商品(麦味噌)



輸出商品(麦味噌)

【活用した支援・施策】 令和元、3年度 国際的認証資格取得等支援事業

【ウェブサイト】 <https://marukawamiso.com/>

【連絡先】 担当者名:河崎郁子 TEL:0778-27-2111



福井県 (株)新珠食品 『大福餅をアメリカ、東南アジアへ』

【主な品目】

大福餅、茶碗蒸し

【主な輸出先国・地域】

アメリカ合衆国、タイ、香港

【輸出取組の概要】

- ◆ 創業当初より、大福餅を中心に餅菓子を輸出。
- ◆ これまで輸出先はアメリカ中心であったが、東南アジアへの輸出を増やすため、商談会などに積極的に参加している。
- ◆ FSSC国際認証を取得した。

【輸出実績】(昭和52年度から輸出開始)

	輸出額	出荷時期
令和5年度	161.6%	令和2年度基準の伸び率 通年
令和4年度	143.4%	
令和3年度	157.9%	

【効果があった取組】

展示会、商談会へ積極的に参加し、信頼できるインポーターとつながる。

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 国際的な認証を取得すべく体制づくりを行うも、様々な課題に直面。現在工場のさらなる設備面、ソフト面、人的能力向上が必要。
- ・ 東南アジア、ロシア、中東、欧州への販路拡大と規制への対応。

【生じた課題への対応】

- ・ FSSC22000取得に向けて、補助金を活用し、食品加工施設の改修・機器導入。力量向上のため引き続き、コンサルティングを継続。
- ・ 展示会、商談会にコロナ下においても、リモートを活用し、積極的に参加。
- ・ 輸出対象国を増やし、新規商社と取引を開始。

【対応の結果】

- ・ FSSC22000を取得(R5年9月)。
- ・ 米国以外の貿易商社からの問い合わせが増加。
- ・ 接点を増やすにつれて、商品の絞り込み、強化すべき点が見えてきた。

【今後の課題・展望】

- ・ 販路拡大と輸出商品の種類増加で輸出実績を売り上げの20~30%に伸ばす。
- ・ 高くても選ばれる商品力のある商品、賞味期限を延ばした商品の開発。
- ・ 現地での展示会出展など現地訪問の機会を増やし、小売り以外の外食産業やアジア系以外の人々にも販売の可能性をさぐっていく。

【活用した支援・施策】 JETRO食品輸出商談会、食文化提案会(福井県)

平成31年度輸出環境整備推進事業の国際的認証資格取得等支援事業
令和元年度食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.aratama.jp/>

【連絡先】 担当者名:代表取締役 杉本正一 TEL:0778-22-7055



商談会での様子



輸出している商品



福井県 若狭三方ビバレッジ株式会社

『福井発、新たな梅酒で海外に羽ばたく』

【主な品目】

リキュール(梅酒)

【主な輸出先国・地域】

中国、香港、シンガポール、タイ

【輸出取組の概要】

- ◆ 自ら輸出先国に出向き、市場調査の実施。
- ◆ 輸出先進国のニーズの把握。代行営業。
- ◆ 外国語対応のホームページの作成。

【輸出実績】(平成28年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	320	2.3	4~3月
令和4年度	194	1.3	
令和3年度	989	6.9	

【効果があった取組】

バイヤーとの共同開発による
プライベート商品の販売。



フェミナリーズワインコンクール
(フランス)2024
リキュール部門「金賞」受賞した、
シナモンフレーバー梅酒

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出国に適応した新たな梅酒の開発。
- ・ 海外の梅酒の認知度の向上。
- ・ 海外用の営業スタッフの確保。

【生じた課題への対応】

- ・ ワインコンクールへ出品し受賞への挑戦。
- ・ JETROが主催する海外商談会への参加及び国際展示会への出品。
- ・ 代行営業を活用したマーケティング。

【対応の結果】

- ・ 従来の梅酒と異なる無糖高アルコール梅酒の開発。
- ・ 商品名に梅品種「紅映」のBENIを採用。
- ・ 輸出品の知名度、ブランドとしての価値向上や国内での評価向上。

【今後の課題・展望】

- ・ 新たな市場を開拓するため市場調査を実施し、嗜好に合った梅酒やリキュール類を開発する。
- ・ 福井県庁の海外販路開拓事業に参加し、東京から北陸新幹線でアクセス可能となった福井県観光や食のブランドを含めた商品PR、販売活動を行う。



オリジナルボトルの開発
(750ml コルク栓仕様)

【活用した支援・施策】 平成28年度福井県中小企業団体中央会、ものづくり補助金
ジェトロ主催 Food Expo2018香港商談会へ参加(平成30年)
令和2、3、4年度GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://benichu.net/>

【連絡先】 担当者名:新屋 明 TEL:0770-45-3100



福井県 株式会社室次 醤油醸造場

『本物の醤油を世界各国へ』

【主な品目】

醤油、醤油加工品、昆布加工品

【主な輸出先国・地域】

台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、アラブ首長国連邦、フランス、オランダ、スウェーデン、スイス、イタリア、ドイツ、イギリス、アメリカ など

【輸出取組の概要】

- ◆ 伝統製法を守りながら新しい技術を取り入れた商品開発に注力。
- ◆ 現存する日本最古の醤油蔵元であることを強みにした営業。
- ◆ ソーシャルメディアなどを駆使してコストをかけずにスピーディーに情報発信。

【輸出実績】（平成26年度から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	380	4	通年
令和4年度	330	4	
令和3年度	300	4	

【効果があった取組】

- ・輸出先販売業者の選定。
- ・輸出業者との情報交換。
- ・WEB上での情報発信。
- ・業務用製品の輸出。

【取り組む際に生じた課題】

- ・小ロットの食品を低価格で安全に輸送する手段の選定(混載等)。
- ・貿易手続きや必要な検査が国によって異なり複雑である。
- ・HACCPやISOなど国際規格の認証を要求される。

【生じた課題への対応】

- ・貿易手続きに慣れている業者を通すことでスムーズに輸出を行う。
- ・軽量で賞味期限が長く、取り扱いが容易な商品の輸出に注力。
- ・輸出先販売業者を中小企業に絞る。

【対応の結果】

- ・小さな課題の解決が積み重なって経験となり、次の課題の対応につながった。
- ・ネットワークが広がり、糸口が増えた結果、課題解決のスピードが上がった。
- ・こだわりの商品が認められ、欧米諸国への輸出が好調に。

【今後の課題・展望】

- ・リピート受注を増やし、輸出額の底上げを目指す。
- ・販売力のある代理店、小回りが利く商社や貿易会社の確保。
- ・多様な文化に対応可能な商品の開発。ハラールは導入済。OEM商品や業務用製品の輸出にも注力。



台湾の高級百貨店での催事



粉末醤油の輸出に注力

【ウェブサイト】 <https://www.muroji.com/> , <https://www.muroji.com/en>

【連絡先】 担当者名:磯部 正芳 TEL:0776-22-2001



福井県 株式会社奥井海生堂

『日本の「うま味文化」を高級昆布で世界に発信！』

【主な品目】

昆布製品

【主な輸出先国・地域】

米国、イギリス、フランス、香港、タイ、シンガポール、オーストラリア、台湾、他

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成18年フランスでの昆布についての講演会をきっかけに、EU圏での昆布輸出を開始。
- ◆ 平成20年台湾の日本高級食材取扱い商社からの引合いで、台湾への輸出開始。
- ◆ 令和元年世界最大の料理学校アメリカのカリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ(CIA)とパートナー契約

【輸出実績】(平成18年度から輸出開始)

	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	3.1	通年
令和5年度	2.9	
令和4年度	2.3	



CIAパートナー契約



台湾での商談風景



海外での販売風景



専用の蔵で寝かせてうま味を増す「昆布」の熟成風景

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 昆布の知名度向上、だし文化の普及、使い方の周知。
- ・ 各国の規制の変化への対応、HACCP対応。
- ・ 米国輸出拡大による、FDA査察対応。

【生じた課題への対応】

- ・ フランス・米国での食品関連講演会で講師を務めるなど、普及活動に尽力。
- ・ ジェトロ貿易相談や、同じ海外商社へ輸出している取引先へ相談等。
- ・ FSSC22000認証の取得に向けたソフトとハードの整備。

【対応の結果】

- ・ 海外の現地シェフなど、業務用ベースでの昆布の需要が拡大。
- ・ 米国日本人と、販売パートナー契約を行い、米国輸出が拡大。
- ・ 2024年11月10日FSSC22000認証取得。

【今後の課題・展望】

- ・ 一層の昆布文化の普及拡大により販路開拓を目指す。
- ・ FSSC22000の取得により、輸出量の拡大を目指す。

【活用した支援・施策】

ジェトロ・輸出有望案件発掘支援事業(平成25年)
国際的認証取得・更新等への支援事業(令和2年)
食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業(令和2年)
国際的認証取得等支援事業(令和4年)

【ウェブサイト】 <https://www.konbu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:業務部 吉川 TEL:0770-22-0493



福井県 久保田酒造(資)

『日本酒をシンガポール、オーストラリア等へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

オーストラリア、台湾、シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ 創業270年の老舗。「酒造りは地元と共にありたい」という思いから、地元で栽培した酒米のみを使用。酒蔵見学はインバウンドにも貢献。
- ◆ 味や品質へのこだわりを共感できるパートナーとのみ取引。ジェトロや自治体の商談会を活用し、オーストラリアやシンガポールへの継続的な輸出に成功したが、コロナの影響が令和4年度になって出てきた。

【輸出実績】 (平成22年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(ℓ)	出荷時期
令和4年度	254	1,346	通年
令和3年度	715	3,737	
令和2年度	723	2,125	



海外での商談会の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・ パートナー探し。大量に造れる酒蔵ではないため、取扱量が少量でも良いから商品を大事に扱ってくれるパートナーを各国から見つけ出さなければならなかった。

【生じた課題への対応】

- ・ ジェトロや自治体の国内外商談会・物産展に参加。
- ・ 100人に一人でも良いから信頼出来るパートナーを探した。

【対応の結果】

- ・ 香港、シンガポール、台湾はバイヤーを通して現地のレストラン等に出荷。
- ・ カンボジア・ベトナムについては現地代理店と販売戦略を立てているところ。

【今後の課題・展望】

- ・ 現在輸出しているオーストラリアやシンガポール以外に、中国・ベルギー・イギリス・アメリカのバイヤーと商談中。

【活用した支援・施策】ジェトロ日本酒輸出商談会in飛騨高山(平成24年)、ジェトロ食品輸出商談会in大阪(平成25年)、ジェトロ日本酒・酒類輸出商談会in岐阜(平成27年)、ジェトロ食品輸出商談会in北陸(平成28年)

【ウェブサイト】 <https://www.fukukoma.co.jp/>

【連絡先】 TEL:0776-66-0123



福井県 株式会社北前船のカワモト 『だしパック・昆布製品を世界の食卓へ』

【主な品目】

だしパック、昆布製品、海産物

【主な輸出先国・地域】

香港、シンガポール、台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ シンガポール商社の視察、商談を経て、オリジナル商品の開発。
- ◆ 香港・台湾・シンガポールに向けて、だしパックや昆布製品を継続輸出。
- ◆ 台湾・タイを対象としたバーチャル展示会への参加、ベトナム向けテスト販売への取り組み。
- ◆ 平成28年、台湾向け輸出に成功し、継続輸出7年目。

【輸出実績】 (平成28年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和4年度	702	1.8	通年
令和3年度	900	3.2	
令和2年度	785	2.1	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ エンドユーザーとの接点や現地のマーケット情報の不足。
- ・ 海外バイヤーとの商談機会の創出。
- ・ ベトナム向けEPA利用についての情報収集不足。



現地企業の
オリジナルパッケージの商品
(台湾)

【生じた課題への対応】

- ・ JETRO主催の勉強会へ参加し、輸出の基礎知識を学ぶ。
- ・ 取引を希望するシンガポール現地事業者からの視察を受け入れ商談。
- ・ 専門家支援のもとEPAへの理解を深める。



卸先の売場の様子
(シンガポール伊勢丹)

【対応の結果】

- ・ パートナー発掘に成功、独占契約を結ぶ。
- ・ 国内商社との取引を通じ現地に商品が定着し、継続的に輸出できるようになった。
- ・ オリジナル商品の企画・開発。

【今後の課題・展望】

- ・ 卸先が求める商品をヒアリングし、ニーズに合った商品の提案。
- ・ ヘルシーで手軽な日本食をイメージできる商品の開発、販促までの支援。
- ・ アジア圏以外の国への輸出拡大(ヨーロッパなど)。

【活用した支援・施策】 ジェトロ国内商談会(食品輸出商談会in北陸)(平成27年度)、海外見本市出展(Food Taipei 2016)(平成28年度)、(Food Taipei 2017、Food Expo香港、高雄見本市)(平成29年度)、(FAH2018シンガポール、THAIFEX2018タイ)(平成30年度)

【ウェブサイト】 <http://www.wakasakawamoto.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:川田 TEL:0770-22-7285



福井県 (株)武生製麺

『越前そばを米国、シンガポール、タイ等へ』

【主な品目】

冷凍なまそば

【主な輸出先国・地域】

米国、シンガポール、タイ、香港、台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ そば本来の風味や食感に定評。約25年間、米国へ年越しそばを出荷。
- ◆ 新たな販路を拡大すべく、ジェトロの商談会や展示会等に参加。2015年(平成27年)シンガポールで新規ディストリビューターと取引開始。続けてタイや香港等でも取引を開始し、レストラン・現地百貨店等での新規を獲得。
- ◆ シンガポール、タイ、香港、台湾での業務用ユーザーの新規成約を目指し、地域の文化や経済振興に貢献すべくインバウンドにも力を入れ、輸出事業との相乗効果を狙う。

【輸出実績】 (平成8年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和5年度	570	4.2	通年
令和4年度	630	4.6	
令和3年度	650	4.8	

【継続利用における課題】

- ・ 飲食店のシェフや輸入業者の営業の方がコロナ前と入れ替わっており、状況把握に加え再度商品の使用方法や特徴などの説明が必要となった。使用方法を間違えると商品の良さが活かされないため、既存フォローがメインとなった。
- ・ コロナ期間中は営業活動ができておらずオンライン商談では既存・新規共に商品の魅力が伝えきれず商談は難航した。



Food Taipei2016

【生じた課題への対応】

- ・ 再度既存顧客の営業を行い商品の説明を行うことで継続利用を促す。また、今後輸入業者の新しい営業の方にも商品を勧めて頂けるように同行営業を依頼し展示会等のフォローアップと関係の維持を行う。
- ・ 展示会等への参加により試食等で商品の良さを実感して頂けた。



Food Expo2016

【対応の結果と今後の課題】

- ・ 訪問して商談したお客様には継続利用頂けている。
- ・ 展示会の見込み客リストを輸入業者と共有し関係も維持できている。
- ・ 既存国だけでなく新規国の展示会や商談会への出展等も行う。

【活用した支援・施策】 ジェトロ国内商談会・海外商談会・オンライン商談会、
海外見本市出展(FoodTaipei、FoodEXPO、Thaifex)、Oishii Japan

【ウェブサイト】 <https://www.echizensoba.co.jp/>

【連絡先】 TEL:0778-22-0272



福井県 (株)南部酒造場

『日本酒を米国、中国、シンガポールへ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

米国、中国、シンガポール、フランス等

【輸出取組の概要】

- ◆ 海外の和食ブームを背景に、平成19年度から輸出に取り組む。
- ◆ 純米にごり酒を中心に、米国、中国、香港、韓国、台湾、シンガポール、EU等、世界13カ国へ輸出。富裕層向けに高級酒(吟醸酒、純米酒)の輸出も実施。

【輸出実績】(平成19年度から輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(L)	出荷時期
令和5年度	830	4,450	通年
令和4年度	1,444	9,000	
令和3年度	1,866	11,000	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外販路の開拓。
- ・ 各国ごとに行う商標登録に係る経費、労力が負担。

【生じた課題への対応】

- ・ 商社等が主催する海外商談会や海外バイヤーを招へいした国内商談会に積極的に出展。令和6年度は、米国やシンガポール等の商談会に参加。
- ・ 商標登録を複数国一括で行うシステムに登録し、活用している。

【対応の結果】

- ・ 海外輸出の実績が会社の知名度・評価を高め、特に中国向けの輸出量が増加した。
- ・ 営業力向上と社員のモチベーションアップにつながった。
- ・ オンライン商談等が多くなったことによって、現地商談等の経費が削減された。また、オンラインによるコミュニケーションが増加した。

【今後の課題・展望】

- ・ 海外の富裕層向けに高級酒(吟醸酒、純米酒)を販売し、輸出拡大に取り組む、輸出額を売上全体の2割まで上げる。
- ・ 商品の持つ歴史や背景、製造方法(手づくり)といった魅力をアピールし、ブランド力を向上させ、他商品との差別化を図る。
- ・ 東南アジア向けに、輸出拡大を図る。

【活用した施策・支援】 (平成28年)福井の食文化提案会(香港・シンガポール)ほか

【ウェブサイト】 <https://www.hanagaki.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:常務取締役 南部 拓也 TEL:0779-65-8900



(株)南部酒造場の外観



展示会の様子



輸出の人気商品
「花垣 純米にごり」



福井県 福井県農業協同組合

『コメを香港、シンガポール、ドイツ等へ』

【主な品目】

コメ(玄米・精米)

【主な輸出先国・地域】

香港、シンガポール、ドイツ 他

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成26年産から新規需要米として輸出用米に取り組み、(株)クボタ、(株)名古屋食糧等を通じ販売を行っている。
- ◆ 継続的な売り場確保と新たな販路拡大のため、(株)クボタ及び(株)名古屋食糧等の輸出パートナーを通じて輸出用米に取り組む。

【輸出実績】

(平成26年産から輸出開始)

	輸出量(t)	出荷時期
令和4年度	875	通年
令和3年度	974	
令和2年度	787	

【取組内容】

- 香港、シンガポールにおいては玄米輸出、現地精米にて販売を行うことにより、安全・安心な福井米を実現。
- 複数年契約を締結することで、安定的な供給量を確保し、販路拡大に取り組んでいる。



海外(タイ)での商談会の様子

【今後の課題・展望】

- 輸出パートナーを通じて、既存顧客だけでなく、新規顧客開拓にむけて、多収米である新品種に取り組み、提案の幅を広げて輸出拡大を図っていく。
- 生産者所得の観点から、交付金を活用しつつ販売価格、流通形態等の向上を図る。



シンガポール現地視察の様子

【活用した支援・施策】 GFPグローバル産地づくり推進事業(令和3年から令和5年)

【ウェブサイト】 <https://www.ja-fukuiken.or.jp/>

【連絡先】 福井県農業協同組合 TEL:0776-54-1702



福井県(株)マイセンファインフード

『「プラントベースドフード」を世界の健康食市場へ』

【主な品目】

「大豆と玄米のベジミート」(プラントベースドフード)

【主な輸出先国・地域】

米国、フランス など

【輸出取組の概要】

- ◆ 大豆、玄米を主原料とするプラントベースドフード(植物由来の代替肉)食品で海外販路を開拓。「ベジミート」と呼ばれる植物由来の代替肉が主力商品。2023年(令和5年)よりウエット商品の販売も開始。
- ◆ 大豆以外のアレルギー特定原材料等を使用しない食品工場を保有。FSSC22000やハラール認証を取得し、新規市場にも販路拡大。

【輸出実績】(平成26年度から輸出開始)

	輸出額(千円)	出荷時期
令和6年	1,955	通年
令和5年	2,797	
令和4年	3,867	

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 各国に適した調理方法の提案
- ・ 日本販売向け規格及びパッケージのみのラインナップ

【生じた課題への対応】

- ・ ジェトロ主催食品輸出商談会や各団体主催の海外輸出支援事業に参加し、営業代行などによる現地情報の収集。
- ・ 亀田製菓グループシナジーを活かした輸出用商品開発などの対応

【対応の結果】

- ・ 海外輸出にコネクションを持つ取引先とのリレーション強化。
- ・ 英文などの販促物、ツールなどの制作、活用。
- ・ 海外輸出に関するビジネス知識(SCM、品質管理等)の蓄積。

【今後の課題・展望】

- ・ 海外向け専用商品のリリース。
- ・ 海外輸出の足がかりとなる商社等とのアライアンスの結成。
- ・ ベジミートのウエットタイプの商品発売による冷凍製品販売先の確保。

【活用した施策・支援】令和3年度～令和5年度GFPグローバル産地づくり推進事業、他

【ウェブサイト】 <http://www.maisen.co.jp/>

【連絡先】担当者名:業務課 山本 TEL:0778-62-2555



ベジミートを使用したハンバーガー



ベジミートを使用した麻婆豆腐



福井県 (株)ペントフォーク

『高アミロース米を原料とした米粉・米粉スイーツを世界へ』

【主な品目】

米粉、米粉スイーツ(シフォンケーキ)

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ 海外において高い関心がある、小麦を一切使わないグルテンフリー健康食品として、食物繊維が豊富な高アミロース米(長粒種)の特徴を活かした米関連商品の開発。
- ◆ 2017年からシンガポール、香港、台湾、マレーシア、ドバイなど現地での展示会を通じて、現地の販路を多く有するローカル業者との協業体制の構築により商談に取り組む。

【輸出実績】

	輸出額(千円)	出荷時期
令和6年度	2,422	通年
令和5年度	1,311	
令和4年度	1,504	



FSSC22000取得の本社工場

【取り組む際に生じた課題】

- ・ 輸出相手国からのニーズに対応する新商品の開発及び国際的認証の取得。
- ・ 信頼できるパートナーの確保・コスト削減。

【生じた課題への対応】

- ・ 輸出先国が求めるHACCP等認証に対応するための施設整備。
- ・ 積極的な展示会への参加。

【対応の結果】

- ・ FSSC22000及びGFCO(グルテンフリー認証)の取得による新たな販路の拡大を目指す。
- ・ 高アミロース米(長粒米)の米粉を使用した商品の開発により、食味・食感が良く、冷凍にも適し、長期保存が可能となったことから、海外での販路拡大につながった。
- ・ 展示会での出会いをきっかけに直接接することによりパートナーとの信頼関係を深めることができた。

【今後の課題・展望】

- ・ 米粉・米粉加工品の更なる輸出拡大を図る。
- ・ 現地の食品加工業者向けの米粉の製造及び輸出の体制づくりを進めたい。

【活用した支援・施策】 令和2年度国際的認証取得・更新等への支援事業
令和2、3、4年度グローバル産地づくり推進事業
平成30年度食料産業・6次産業化交付金

【ウェブサイト】 <https://pentofork.jp>

【連絡先】 担当者:近藤 TEL: 0776-29-7686



台湾での商談会の様子



お米のシフォンケーキ

加工食品

福井県 有限会社 粹

『最新の冷凍技術で冷凍寿司・冷凍丼を世界へ』

【主な品目】

冷凍寿司・冷凍丼

【主な輸出先国・地域】

香港、シンガポール、オーストラリア

【輸出取組の概要】

- ◆ 現地では作ることができない日本(福井)産の素材を使った本場の寿司を最新の冷凍技術で品質を落とさずに輸出。
- ◆ 平成29年から香港・台湾・シンガポールの日系量販店等で開催される催事販売や香港の居酒屋向けをメインに輸出を開始。
- ◆ コロナ禍の巣ごもり需要の影響によりEC販売向け輸出を開始。

【輸出実績】(平成29年度から輸出開始)

	輸出額 (千円)	輸出量 (kg)	出荷時期
令和3年度 (令和2.10~令和3.9)	1,757	820	通年
令和2年度 (令和元.10~令和2.9)	6,230	2,720	
令和元年度 (平成30.10~令和元.9)	355	100	

【効果があった取組】

パッケージにイラストや英語表記を入れたところ、外国の人に好評だった。



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 現地バイヤーとの商談においてHACCP等の品質管理の順守が求められる。
- ・ 受注拡大に向けた製造能力の増強、製造体制の構築の必要性。

【生じた課題への対応】

- ・ ISO22000認証の取得。
- ・ 大口注文に迅速に対応できるよう真空包装機やプロトン冷凍機等の製造設備の増強。

【対応の結果】

- ・ ISO22000認証を取得することで、現地バイヤーとの交渉が有利に進められる。
- ・ 製造設備を増設したことにより、十分な製造能力の確保が可能となった。

【今後の課題・展望】

- ・ ISO22000認証取得により、アメリカ、カナダ等の現地バイヤーと交渉を進め、輸出の更なる拡大を目指す(令和4年12月アメリカに少量だが輸出できた。)

【活用した支援・施策】

令和3年度 国際的認証取得・更新等への支援事業

令和元年度 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <http://www.oisui.net/>

【連絡先】 担当者名:新谷健治 TEL:0776-68-0146



輸出向け商品(冷凍寿司)



新商品(うなぎ、はも、のどぐろ)



2021輸出EXPO



福井県 黒龍酒造(株)

『顧客との信頼を築き持続した輸出拡大』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

米国、台湾、香港、中国、欧州

【輸出取組の概要】

- ◆ 約20年前にフランス向けに輸出を開始。輸出の主な目的は、商品を通じた福井県へのインバウンド。約15年前の米国・アジアとの取引を契機に、海外消費にも力を入れる。
- ◆ RFID導入により流通過程を監視し、適正に品質管理された日本酒を現地消費者に届け、持続した輸出拡大に繋げる。

【輸出実績】(平成23年頃から本格的に輸出開始)

	輸出額の割合	出荷時期
令和5年度	4.7%	通年
令和4年度	4.7%	
令和3年度	6.7%	



【取り組む際に生じた課題】

- ・ 海外市場において、非正規流通による並行輸入品が多く出回るようになり、現地の正規販売者が営業活動をする上で、大きな障害となっている。
- ・ 営業担当者と現地スタッフとのコミュニケーション不足。

【生じた課題への対応】

- ・ 流通管理を強化する対策として、商品の流通経路を確認することが可能なRFIDを導入。
- ・ ISO22000を令和6年に取得。
- ・ 社員が現地に出向き、同行営業や勉強会を行うなど、担当者レベルでのコミュニケーションを図った。
- ・ 日本酒をとりまく文化発信の複合施設「ESHIKOTO」を開設。一般客だけでなく、海外のインポーターやシェフも来訪し、産地の風土を体感していただいている。



2020年にRFIDを導入



2019年NYでの試飲会

【対応の結果】

- ・ インポーターや消費者に自社が品質を守る姿勢を明確にして、流通過程においても自社商品の品質を担保することで顧客の信頼を獲得。
- ・ 現地スタッフとの相互理解が深まり、適切な対応が取れるようになった。また現地スタッフの商品知識が向上し、売上増につながった。
- ・ シェフなど海外の需要者に産地の風土を体感してもらうことにより、ブランドの理解が深まった。また、新たな商品開発にもつながっている。



【今後の課題・展望】

- ・ 資材価格高騰に対して商品リニューアルによる価格の見直しや梱包材料等の見直しによるコスト削減を模索。
- ・ 黒龍ブランドとして、顧客からは「品質を担保し、適正な価格である」との信頼を大切にしながら、継続した輸出拡大に取り組む。
- ・ さらにブランド価値を高め、商品単価の向上に取り組む。

【活用した支援・施策】令和元年度補正食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.kokuryu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名: 出口 敦子 TEL: 0776-61-6110

