

輸出・国際局長賞

越後製菓株式会社

(新潟県小千谷市)

米菓
包装餅
米飯

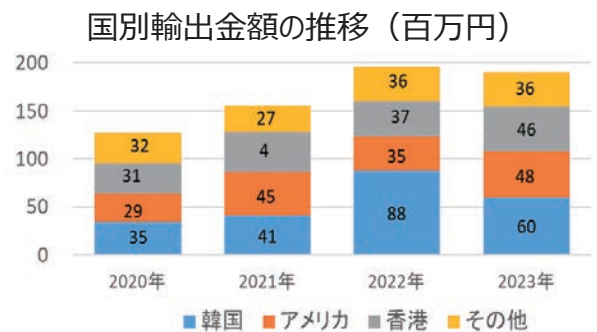
・韓国
・アメリカ
・香港

ふんわり食感にこだわった新商品が海外でヒット！

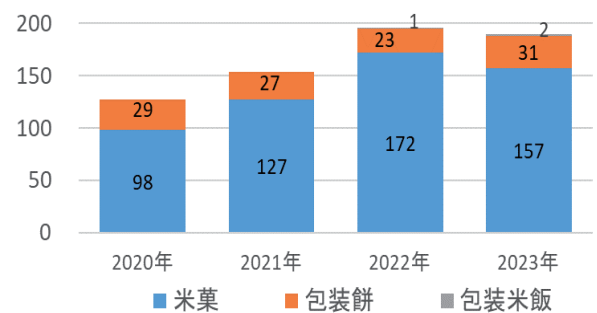
取り組み内容

- 食感にこだわったお菓子を開発し続け10年以上。新しい食感の「ふんわり名人（きなこ餅、チーズ餅）」を生み出した。他にない食感は海外の人たちの関心を高め、口コミで引き合いの相談が増加している。
- ふんわり名人は新潟県産もち米90%以上を使用、県産米にこだわった同社の主力商品。
- 厳しい欧米の規格に合わせた生産を行えるよう国内製品の原材料を徐々に変更。
- ふんわり名人の賞味期限は180日で船便での輸送期間も発生するため賞味期限延長が必要。このため、賞味期限を300日に延長できるパッケージを採用。

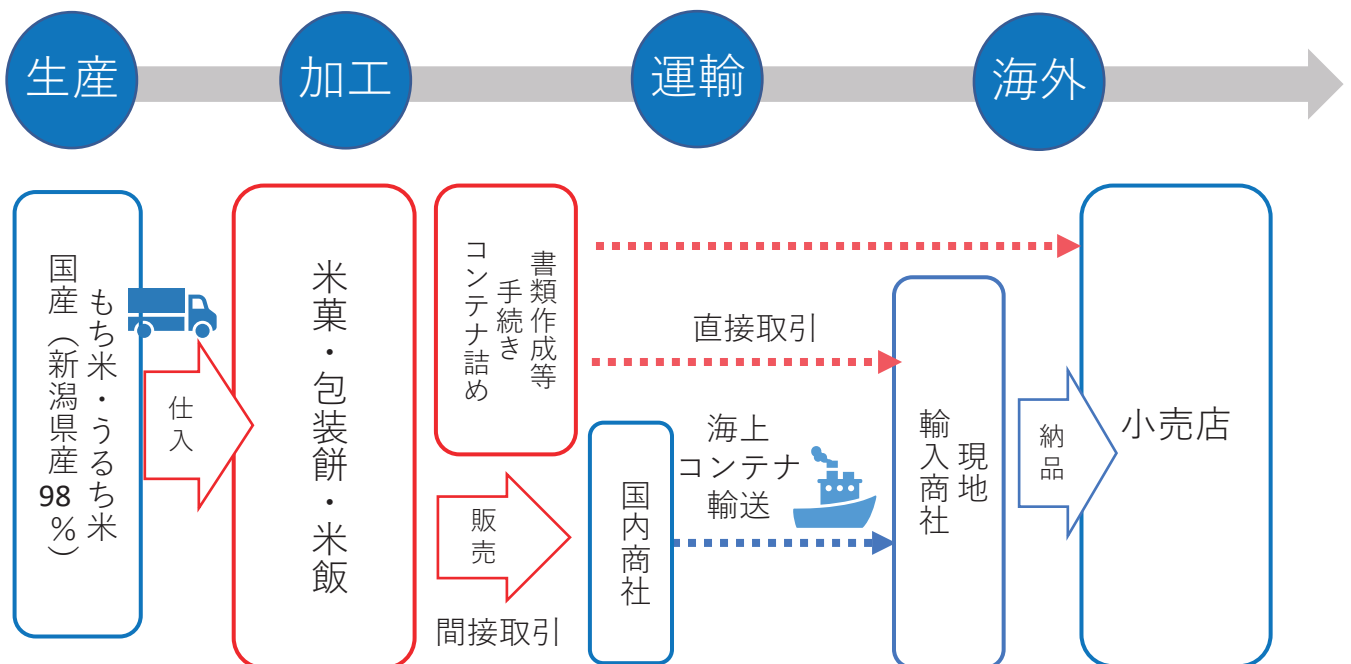
輸出実績の推移



品目別輸出金額の推移（百万円）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 2007年頃、韓国工場の本格稼働が始まり、韓国人雇用を行う。韓国との関わりが深まる中で、生活が苦しい現地の人への資金的支援や日本での雇用や学費の支援を行った。韓国に帰郷する社員が『ふんわり名人』を故郷で売りたいと持ち帰り、当初は広がりは見せなかったが、2012年に韓国での販売に熱心な事業者が現れ、韓国内販売拡大。
- 広告は一切行わず口コミで広まり、海外からも引き合いが増加。米国HEBグループのセントラルマーケットからも引き合いにより棚に並ぶ。2021年頃より展示会に出展開始を機にJETROの支援も受け「ふんわり名人」始め、当社商品の認知・取扱いの機会が増えている。

課題と解決のポイント

👍輸出先規格に対応

米国やヨーロッパでは輸入食品は4次原料まで確認が求められる等、規格が厳しい。添加物を加えない当社ポリシーでは、輸出が実現できない商品もある。

商社の協力を得ながら仕入先の原料開示・変更を依頼。現地の厳しい規格に沿うよう、設備投資を行い輸出を実現。厳しい海外の規格に合わせた生産を行えるよう、国内製品の原材料の変更を徐々に進めている。

👍現地用パッケージ開発

ふんわり名人の賞味期限は180日、船便での輸送期間も発生するため賞味期限伸長が必要。また、米国スーパーで日本語パッケージは受け入れられづらい。

国内用のパッケージから、賞味期限を300日に伸長できるパッケージを採用し海外販売用とした。お客様に選ばれるパッケージを現地スーパー担当と1年かけてデザイン。新ネーミング・イラスト・手触りにこだわり作成。

👍「売りたい」を伝える

展示会で現地バイヤーが興味を示すも、その場で取扱いが決まらないケースも多い。相手の決断を「待つ」ことが日本人的美徳であるが、待つのみでは忘れられてしまう。

展示会で名刺交換した当日には、試食してもらった商品写真と共にThank youメールを送り感想を聞く。季節の挨拶メールの際に「買ってほしい」を伝え、注文に繋げる。海外バイヤーは「売りたい」の言葉を待っている。



アジア圏や米国日系スーパーで並ぶ「ふんわり名人」

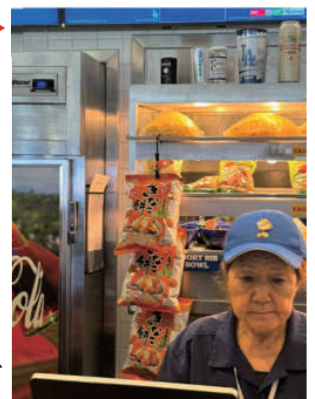


◀ ▲ HEB商談後、名前を「MOCHI PUFFS」とし、現地仕様のパッケージに変更。セントラルマーケットの棚に並ぶ。

▶ ドジャースタジアムで販売している「ふんわり名人」は約8ドルで販売



▲ 2021年より出展を始めた展示会ではJETROの支援も受け、新たな商談に繋がる



今後の展望

- 輸出拡大に向け、1年以内に菓子工場のFSMS22000取得に向け取組み中。
- きなこ味の「ふんわり名人」は、グルテンフリー、プロテイン、プラントベース、ノンフライであり、海外の人たちにとって健康食のイメージ強い。健康食として海外大手からOEMの相談があり、検討を進めたい。
- 米国はひとつひとつの州が国に匹敵する規模であり、開拓の余地がある。当社メイン商品「ふんわり名人」の認知度を上げ、輸出を増やしていく。