

輸出に取り組んだ背景

- 創業者が1981年より海外事業を展開。90年代から海外支店や海外工場を次々と開設。アメリカ・カリフォルニア工場は95年にHACCP認証を取得。
- 水産加工品を中心に業務用ロットでの輸出、または海外現地生産を展開。日本ではおなじみとなった「たこわさび」を開発した同社は商品開発力に定評があり、各国のニーズを踏まえた細やかな営業提案を行う。
- 自社商品だけでなく他社商品も抱き合わせで販売するなど、商社機能を有する。

課題と解決のポイント

👍 自社一貫体制

国内工場、海外支店、海外工場、独資工場などを持つことで、産地へ足を運んでの原料検品から製造、輸出通関手続きまで一貫して自社で行っている。

輸入原料には保税加工を施し、中間コストを削減するために自社保税蔵置場も完備。輸送を除いたワンストップ体制を構築している。また、海外事業部の体制を強化するなど、競争力向上のための取り組みを実施。

👍 ニッチ市場の展開

海外で人気の日本食だが寿司市場は飽和状態であり、競合が多い。充実した工場設備、開発技術を有する同社では、新しい商品展開を常に模索している。

軍艦寿司の具材や一品おつまみなどが主力商品であるが、昨今のおにぎり人気を踏まえて、新たなおにぎり具材への展開も開始。マーケットを深く理解しつつ細やかな現地ヒアリングを実施。他にはない商品を生み出す。

👍 添加物のリスト化

取引国の増加に伴い、書籍や公的ソースを用いて主要輸出先の添加物ポジティブリストを作成している。最終的には現地に依頼し、確認作業を行う。

世界中で食の多様化が進む中、新旧の日本食を楽しんでもらえる機会を創出するため、各国のニーズを踏まえつつ、商品開発の段階で輸出障壁のない原材料を網羅することでスムーズな商品開発を実現している。



輸出額1位のお寿司屋にしんはカラフトししも卵としんの加工品

カラフトししも卵が原料のまさごオレンジ



▲香港のおにぎり具材現地採用メニュー

香港での試食会実施風景 ▼



▲自社でパッキングを行う

今後の展望

- 海外諸国で進む日本食産業を階層に分けてフェーズ化して観察しており、次フェーズに進む国との取引を戦略的に見据えている。
- 各国のコンビニでブームとなっているおにぎり具材へのニーズは高まっている。今後の市場増大に向けて、今から自社商品の独自性のある提案を行い、窓口を増やしていく予定。一部ではおにぎり具材として定番化し、地位を確立することができた。
- 今後も海外市場に向け「日本の味」を押し付けず、現場レベルで声を聞いて開発に反映させていく。可能な限りトレンドに沿った商品提案を行う。

食料産業局長賞

株式会社 和田萬
(大阪府大阪市)

胡麻製品
いりごま
ペースト
ふりかけ

・アメリカ
・香港
・中国

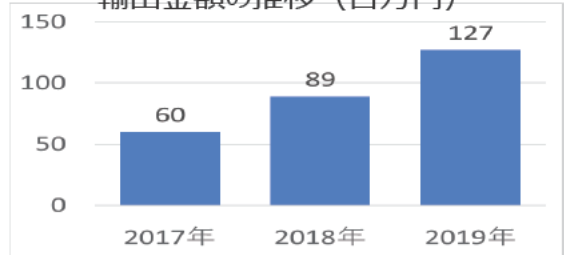
世界に本当のおいしさを届ける「世界一焙煎」技術

取り組み内容

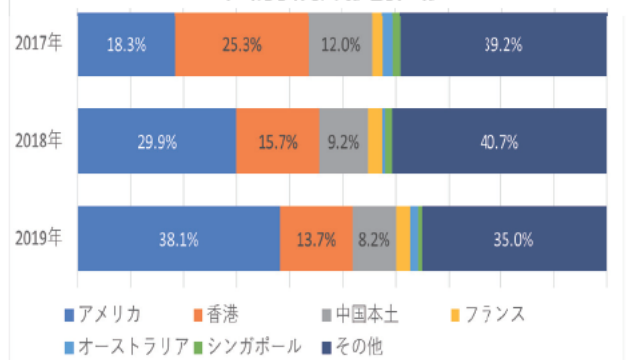
- 大阪で開催された商談会を皮切りに海外の展示会に積極的に出展。「日本的」をキーワードに洋食に合う食べ方を実演。現地商社との人脈をつくり、同行営業を実施。代表者自らの飛び込み営業も実施。
- 海外での営業と在庫管理は現地商社に依頼。現地商社からの受注に応じて生産し、船便で出荷。賞味期間は1年。
- 国産原料を安定確保するため、200件の農家と契約栽培締結。奈良に自社農園を確保して2009年から栽培。「オーナー制度」で自給率アップに挑戦中。

輸出実績の推移

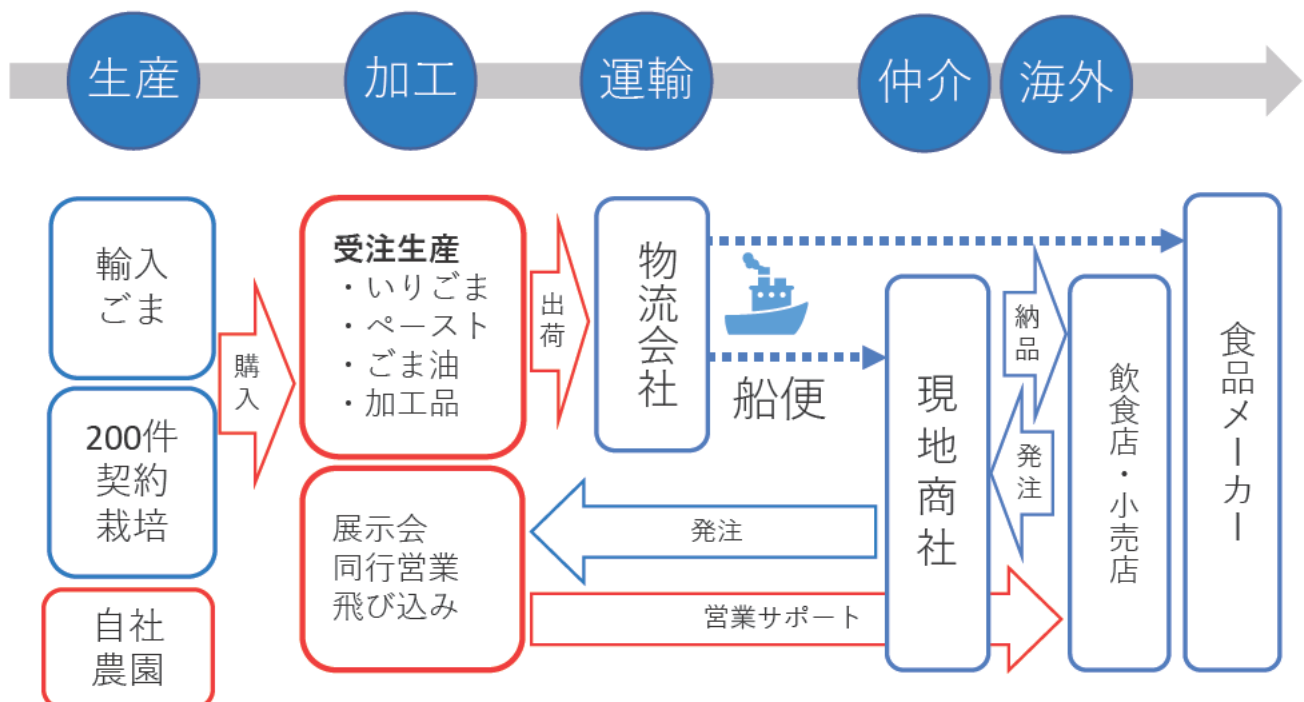
輸出金額の推移（百万円）



国別構成比推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 2010年叔父専務の退職で商品開発と営業を引継ぎ、当社の次なる方向性を検討。日本の人口が減少しているため、海外に市場を求める事を決意。海外メーカーとは価格ではなく品質で勝負が必要と考えISO22000認証取得を目指し、輸出への取組がスタート。
- 2012年ISO22000認証を取得し、国内外の展示会や商談会に積極参加。辛抱強く人脈づくりを行い、台湾への輸出を実現させた。
- 2015年EUとアメリカの有機製造物加工の認証取得。2018年にはFSSC22000認証とハラール認証を取得し、世界を市場とする体制を構築した。

課題と解決のポイント

👍 現地と商品開発

海外の展示会や商談会で日本で販売している商品を紹介しても現地での関心を惹くことは出来なかった。知名度の低さと、食の慣習が国によって違うことを認識。

現地の商社やシェフ等から、売れそうな商品を選んでもらい、ラベル・味・香等、現地の好みに合わせて商品を改良。「日本的」を崩さずに、現地の食生活に合わせた食べ方と調理方法を展示会等で実演して需要開拓。

👍 前金でリスク回避

日系ではなく現地の商社や食品メーカーと取引を行っている。現地の生の情報入手でき市場は拡大するが、代金回収リスクと販促経費拡大リスクが伴っている。

現地商社及び食品メーカーからの受注生産であるが、入金を確認してから製造開始。催促されても入金されなければ製造しない。サンプルの無償提供も取りやめ、全て有償での提供に切り換え、販促経費を削減。

👍 提案と実演販売

韓国や中国メーカーとの競合を避けるため、洋食での新たな需要開拓をめざしている。しかし「ごま」をおいしく食べる慣習が無く、焙煎技術だけでは説得力が不足。

販促手段となる試作品やレシピの開発は社長自身が行い、営業担当者が活用する。ふりかけに混ぜるフレーバー等のブレンドと試作、ごま料理のレシピと試食のポイント。社長自らクッキング実演も実施。



▲ISO22000認証工場



▲オリジナルキャラクター「ごまやん」



▲EU・アメリカ有機製造物加工認証マーク



▲自社農園・オーナー制度



▲自家焙煎▼



今後の展望

- 2015年頃から、現地商社等から紹介されて訪日する世界のシェフに日本の食文化を体験していただく活動も開始。自社の焙煎工場だけでなく、木桶の味噌・醤油蔵や柚子畑等、当社ならではの接待を行っている。今後も継続させ、全世界に当社の愛好者を増やしたい。
- 経済が発展し、所得向上が期待できる国や地域への進出を更に推し進める計画である。次の市場として期待しているのはタイとカナダである。
- 最大の課題は自給率の低さを少しでも向上させるために契約農家の拡大と自家農園での栽培強化を更に推し進める計画である。ごま栽培の機械化を農機具メーカーに提案する。

平成28年度（第1回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

■ 十勝川西長いも運営協議会（北海道帯広市）

4Lサイズの長いもを1999年より台湾への輸出を開始し、米国、シンガポールにも販路を拡大。十勝管内の8農協による広域での生産・供給体制を確立。

■ オイシックス株式会社（東京都品川区）

2009年より、野菜、果物を中心に自社のECサイトを通じて香港の消費者へ直接販売。日常的に消費する生鮮食品を、現地の一般消費者に提供。

■ 尾鷲物産株式会社（三重県尾鷲市）

台湾、シンガポール、中国等に対し、直営養殖のブリ等を輸出。台湾（2015年開始）、ベトナム（2016年開始）に生鮮水産物を空路で定期輸出。

■ 旭酒造株式会社（山口県岩国市）

日本酒を2002年から台湾向けに輸出開始。2003年からNYへ進出し、試飲会等により認知度向上を図る。2007年からフランスにも販路を拡大。

■ 株式会社くしまアオイファーム（宮崎県串間市）

2012年からシンガポール向けの輸出を開始し、香港、台湾に拡大。需要が高い小ぶりなサイズのサツマイモを栽培する小畦密植栽培法を開発・実践。

【農林水産省食料産業局長賞】

■ 阪和興業株式会社（東京都中央区）

2006年のインド向け輸出を契機に、丸太を中国、台湾、韓国、フィリピンへ販路を拡大。

■ トップ・トレーディング株式会社（東京都千代田区）

EU域内15か国への加工食品の輸出に加え、2012年にゆずの賞味会や高級レストラン等への売込により需要を喚起し、国内で初めてEUへ生鮮ゆずを輸出。

■ 株式会社新潟農商（新潟県新潟市）

2011年から香港向けに玄米輸出・現地精米を開始。2013年にはモンゴルに合弁企業を設立し、シンガポール、ハワイ、ベトナムにも販路拡大。

■ 株式会社ヤマト醤油味噌（石川県金沢市）

味噌・醤油をフランス、米国等へ輸出。2011年から2014年までの3年間で、年間輸出額を5,000万円から1億円にまで急伸。2012年にFSSC22000を取得。

■ 福島鯉株式会社（京都府京都市）

2011年より米国、韓国、台湾等へだし原料を輸出。顧客のニーズを捉えた商品開発。本業態で初のハラル認証を取得。2014年に米国に現地法人を設立。

■ 株式会社なにわ花いちば（大阪府大阪市）

2008年からニューヨークやシカゴ等の大都市での花きのプロモーションを展開し、北米、中国、台湾、オランダ等へ輸出。航空便輸送の定期ルートを確立。

■ 株式会社神明（兵庫県神戸市）

2010年より精米等を香港、豪州、米国等へ輸出し、米国、香港等には営業拠点を設置。FSSC22000取得。香港の気候に合わせて真空包装袋による業務用米販売。

■ 北川村ゆず王国株式会社（高知県北川村）

EU向け検疫条件を満たした園地等の登録に取り組み、2012年にフランスへゆず青果を国内初輸出。同年にフランスやスペインのシェフ等を招へいし、ゆず賞味会を実施。

■ 木材輸出戦略協議会（鹿児島県志布志市）

宮崎県、鹿児島県の4森林組合が連携し、スギ、ヒノキ等の原木の安定的確保を実現。韓国への輸出を皮切りに、中国への輸出拡大。

■ 東町漁業協同組合（鹿児島県長島町）

養殖ブリを、北米、アジア、EU向けに輸出。1998年に養殖魚としては国内初となるHACCP認証取得、輸出拡大に向け施設を整備。

■ オリオンビール株式会社（沖縄県浦添市）

2016年に台湾に事務所を開設。米国、中華圏、東南アジア、オセアニア等の各エリアに担当者を配置し、効果的な営業を展開。

平成29年度（第2回）輸出に取り組む優良品業者表彰

【農林水産大臣賞】

■株式会社Wakka Japan(北海道札幌市)

香港、台湾、ハワイ、シンガポールに日本産米専門店を設立。玄米を輸出し、現地店舗にて精米して販売。日本のコメ輸出量(2016年)の約1割を同社が輸出。

■丸山製茶株式会社(静岡県掛川市)

輸出先国の嗜好にあった日本茶・抹茶を生産、製品開発により輸出。ロンドンを拠点に現地流通業者を介さず輸出を拡大。

■株式会社スギヨ(石川県七尾市)

1976年から米国を最初に、中国、香港、台湾等に「かに風味かまぼこ」を輸出。2004年からニーズに応じた改良により、高付加価値製品を供給し他社製品と差別化。

■全国農業協同組合連合会鳥取県本部(鳥取県鳥取市)

1933年から二十世紀梨の輸出を開始し、近年は二十世紀梨の輸出ルート活用により、台湾、米国等向けに、スイカ、肉、野菜等の輸出を拡大。

■サンキョーミート株式会社(鹿児島県志布志市)

2006年から対米牛肉輸出を開始。以降、11カ国・地域(カナダ、中国等)の施設認定を取得し、現在42カ国への牛肉輸出体制を整え、輸出を拡大。

【農林水産省食料産業局長賞】

■西山製麺株式会社(北海道札幌市)

1987年より札幌ラーメンの麺、タレ等をドイツ、米国等26カ国・地域へ輸出。麺は全て自社工場で生産し、商社を通さず専用の冷凍コンテナにより現地へ輸出。

■青森県農村工業農業協同組合連合会(青森県弘前市)

独自の製法により酸化防止剤を使用しないりんごジュースを香港、台湾等へ輸出。生食用として市場に出回らないりんごを活用する等、生産者の所得向上にも寄与。

■株式会社南部美人(岩手県二戸市)

1997年から日本酒を米国、香港等に輸出開始。2013年にKOSHERの認定を受け、現在30カ国以上へ輸出。他の酒蔵と共に、欧米、アジア等へ普及啓蒙を展開。

■株式会社新丸正(静岡県焼津市)

水揚げから加工の全てが「MADE IN YAIZU」のかつお節を米国、香港等へ輸出。2017年に全国で初めて対EU・HACCP認定を取得、EU向けに輸出。

■株式会社北雪酒造(新潟県佐渡市)

レストランNOBUに、国内で唯一の日本酒提供酒蔵。これを主軸に米国、EU等世界各国に輸出。主原料は、地元農家が契約栽培する酒米を使用。

■丸美産業株式会社(愛知県飛島村)

国内の規格にはなかったサイズに造材するなど間伐材等の海外需要を掘り起こして未利用材が商品になる可能性を示し、輸出を拡大。2017年FSC認証、PEFC認証を取得。

■株式会社鈴木栄光堂(岐阜県大垣市)

2014年から自社製品だけではなく、国内菓子メーカーと協業で顧客の要望する菓子製品を企画・製造した商品を輸出。香港に現地取引先との協業でアンテナショップを開店。

■京都青果合同株式会社(京都府京都市)

2014年香港の青果物国際展示会に出展。京野菜等の販促・PRを展開し、輸出を拡大。飲食店向けに京野菜メニュー作成・商品化等による多角的にPRして、認知度向上を図る。

■白鶴酒造株式会社(兵庫県神戸市)

輸出主要国の嗜好に即した海外専用商品を開発し、50ヶ国へ輸出。現地総代理店に資本出資した現地法人を活用し、現地企業への積極的な日本酒の啓発活動を展開。

■三島食品株式会社(広島県広島市)

1960年からぶりかけ、調味料等を米国、台湾等へ輸出。マーケティング活動により、現地ニーズにマッチした商品を開発。対米HACCP、ISO14001、FSSC22000認証を取得。

平成30年度（第3回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 株式会社とかち製菓（北海道河西郡中札内村）
製品開発力を武器にハラル対応和菓子で輸出を拡大（マレーシア、台湾、ベトナム等10カ国）
- Wismettacフーズ株式会社（東京都中央区）
市場調査に基づく独自ブランド「SUGOI」で小玉りんごを輸出（香港、台湾、タイ等10カ国）
- 金印株式会社（愛知県名古屋市）
産地（自社農園含む）から海外まで一気通貫型の輸出モデルを構築（米国、英国、ドイツ等65カ国）
- 築野食品工業株式会社（和歌山県伊都郡かつらぎ町）
米油と米糠由来の有効成分抽出加工と輸出の一環体制を構築（米国、タイ、フランス等30カ国）
- イヨスイ株式会社（愛媛県宇和島市）
愛媛県宇和島市発の一気通貫型輸出モデルにより新しいマーケットを開拓（韓国、米国、中国等20カ国）
- 鹿児島堀口製茶有限会社（鹿児島県志布志市）
化学農薬だけに頼らないスマートIPM農法による輸出向け茶の産地化（米国、台湾、ドイツ等10カ国）

【農林水産省食料産業局長賞】

- 株式会社長沼あいす（北海道夕張郡長沼町）
一次加工品輸出・現地二次加工でコストダウンと作りたてを実現（台湾、シンガポール、マレーシア等）
- 有限会社柏崎青果（青森県上北郡おいらせ町）
突破力のある商品開発と取引先のニーズに地道に対応し輸出を拡大（米国、フランス、英国等18カ国）
- ゼンフーズジャパン株式会社（東京都中央区）
マグロを中心とした日本食材を通じた日本文化の発信（香港、シンガポール等）
- 株式会社日本農業（東京都品川区）
最適化による垂直統合型輸出用バリューチェーンの構築（タイ、インドネシア、香港等7カ国）
- 株式会社山治（東京都江東区）
TOYOSU・YAMAHARUをハブとした日本産水産物の輸出モデル（香港、米国、台湾等20カ国）
- 株式会社アライドコーポレーション（神奈川県横浜市）
SNSを最大限活用したプロモーション戦略を実践。（タイ、シンガポール）
- 杉本製茶株式会社（静岡県島田市）
輸出に特化した生産・販売体制を構築し、有機抹茶を世界に発信（米国、英国、スイス等22カ国）
- 有限会社澤井牧場（滋賀県蒲生郡竜王町）
近江牛発祥の地から世界へ、地域一帯となって「近江牛」ブランドを発信（シンガポール、タイ、インドネシア等10カ国）
- 株式会社ダイニチ（愛媛県宇和島市）
“海外に一番近い日本”から鮮度抜群の魚をお届け（米国、タイ、オランダ等10カ国）

令和元年度（第4回）輸出に取り組む優良品業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 株式会社ヤマナカ（宮城県石巻市）
持続可能な養殖法で生産された水産物を世界へ（香港、台湾、シンガポール等11カ国）
- 株式会社大水（大阪府大阪市）
10年前にゼロから立ち上げ産地をブランド化（ナイジェリア、エジプト、ベトナム等27カ国）
- オタフクソース株式会社（広島県広島市）
体験でファンづくり、現地で「美味しい！」味づくり（アメリカ、韓国、台湾等52カ国）
- 株式会社ミヤチク（宮崎県都城市） **2020年度農林水産祭（多角化経営・経営部門）：日本農林漁業振興会会長賞**
取引先セラーズやシェフへの技術指導でブランド確立（アメリカ、台湾、香港等8カ国）

農林水産省食料産業局長賞

- 青森トレーディング株式会社（青森県弘前市）
クールジャパン戦略で青森産りんごの認知度を高める（香港、台湾、タイ等9カ国）
- 大七酒造株式会社（福島県二本松市）
日本酒の高付加価値化によって業界をリード（アメリカ、香港、台湾等43カ国）
- みなみ信州農業協同組合（長野県飯田市）
国内需要低迷期に価格安定化を目指す（台湾、香港、シンガポール等6カ国）
- 豊明花き株式会社（愛知県豊明市）
市場機能を生かし高品質な日本産花きを輸出（香港、シンガポール、オーストラリア等12カ国）
- ヤマキ株式会社（愛媛県伊予市）
顧客ニーズにあわせた商品提案・相談対応！（台湾、アメリカ、韓国等25カ国）
- 株式会社兵殖（大分県津久見市）
養殖ブリを自社加工、冷蔵ブリを北米・EU・アジアに（北米、アジア、ヨーロッパ等12カ国）

公益財団法人食品等流通合理化促進機構会長賞

- NAX JAPAN株式会社（東京都中央区）
鮮度重視！スピード実現に向けた継続的変革（香港、台湾、タイ等28カ国）
- 株式会社みすずコーポレーション（長野県長野市）
和食ブームをチャンスに日本の伝統食を海外に！（アメリカ、韓国、カナダ等16カ国）
- お茶の通販・京都おぶ茶茶苑合同会社（京都府相楽郡）
和東のお茶に感動して新規就農「日本茶を世界に」（アメリカ、ロシア、オーストラリア等60カ国）
- 石光商事株式会社（兵庫県神戸市）
中小事業者へ海外販路開拓の場づくり！（アジア、オセアニア、欧州等25カ国）

