

## 輸出に取り組んだ背景

- 2017年創業。公務員から知識ゼロで畜産業へ転身。5頭の経産牛の育成から始める。国内の食肉市場では経産牛というだけでコマ材やミンチ材扱いとなり評価が低くなる。美味しい経産牛の出荷を目指し、自社独自飼料(TMR)を開発し、肉質向上に成功。
- 日本国内市場に出荷を進めるもコロナ禍の影響を受ける。新たな販路を目指すが定着しづらい中、和牛文化の歴史のある京都では、いいものをきちんと評価されることを知り出荷。SNSを活用し京都の食肉卸(株)銀閣寺大西へ評価を依頼。規格を揃えて生産できる農場である評価を受け、海外の食文化に経産牛が合致することから、海外輸出でダッグを組む。

## 課題と解決のポイント

### 👉知識0から飼料開発

受入れから半年で出荷可能な経産牛は個体のバラツキがあり、専用の配合飼料もなく肉質の品質向上が困難。また、牛のゲップのメタンガス削減は環境課題である。

知識0から栄養価と嗜好性を研究。地元の食品残渣(酒粕、味噌等)も加え発酵させ独自の飼料(TMR)を開発。牛のゲップのメタンガス削減を他社と共同実験。CO<sub>2</sub>排出量を最大63%削減、農水省からCO<sub>2</sub>削減飼料添加物指定を受ける。

### 👉規制対応体制構築

2023年6月、欧州森林破壊防止規則(EUDR)」が発効。牛肉も規制対応が求められ、禁止薬物使用歴、白血病対策等、履歴管理を求められる。

農水省・県・JA・市場等関係機関と連携し、禁止薬物使用歴、白血病対策、酒粕由来アルコール成分規制、EUDR等基準に対応可能な体制を構築。薬剤・EUDR対応に加えハラル対応の確認可能な履歴管理の仕組みを整備した。

### 👉ブランド認知を高める

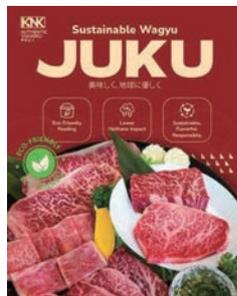
経産牛の味が好まれるEUであるが、ブランド認知を進め、「熟」を選んでもらう必要がある。イタリアのバイヤーからはサステナブルの認証マークがほしいと要望を受ける。

生産者の声を現地バイヤーに直接教育。取組に共感した百貨店スタッフが着物を着用し消費者にPR。現地で100g 7000円の販売価格がつけられた。また、県と連携しサステナブルマークの運用を開始し、海外での取り扱い増に繋がった。



▲牛舎の経産牛たち

熟(JUKU)として  
ブランド化▼



当社開発飼料TMRは副産物を活用、更に添加物製造会社と共同開発しメタン排出削減を実現、農水省温室効果ガス削減飼料添加物指定を受ける▼



▼現地販売員が着物で「熟」をPR



◀社員がEUDRやハラル対応の牛かを一目でわかるよう管理

## 今後の展望

- 和牛文化の維持・発展のためには輸出で売上を確保することが重要。サステナブル和牛「熟」が肉質・取組の両面から海外で評価されていることを皮切りに、「熟」が生んだ子牛との親子関係をストーリーにした販売戦略を運用。子牛を出荷した先の牧場が「熟」とのストーリーを活かした販売を行える体制づくりによる販売促進を進めていく。実際にこの形でのブランド和牛はドバイ輸出に繋がった。消費者にわかりやすい付加価値・共感を呼び起こす販売促進として、更に進めていく。

輸出・国際局長賞

# 与力水産株式会社 (高知県宿毛市)

水産品  
(冷凍魚等)

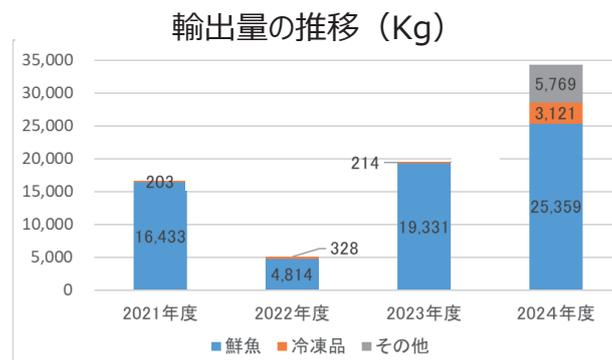
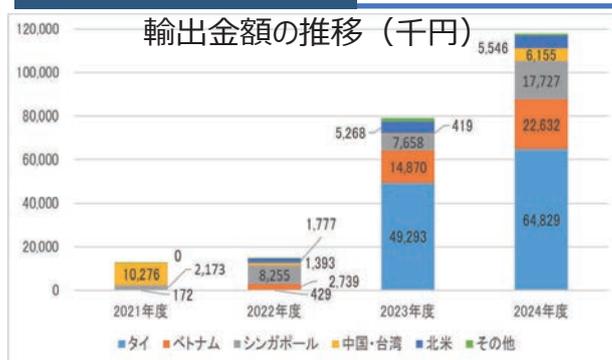
・タイ  
・ベトナム  
・シンガポール

## 直接貿易で、「すくも」の魚のブランド価値を向上

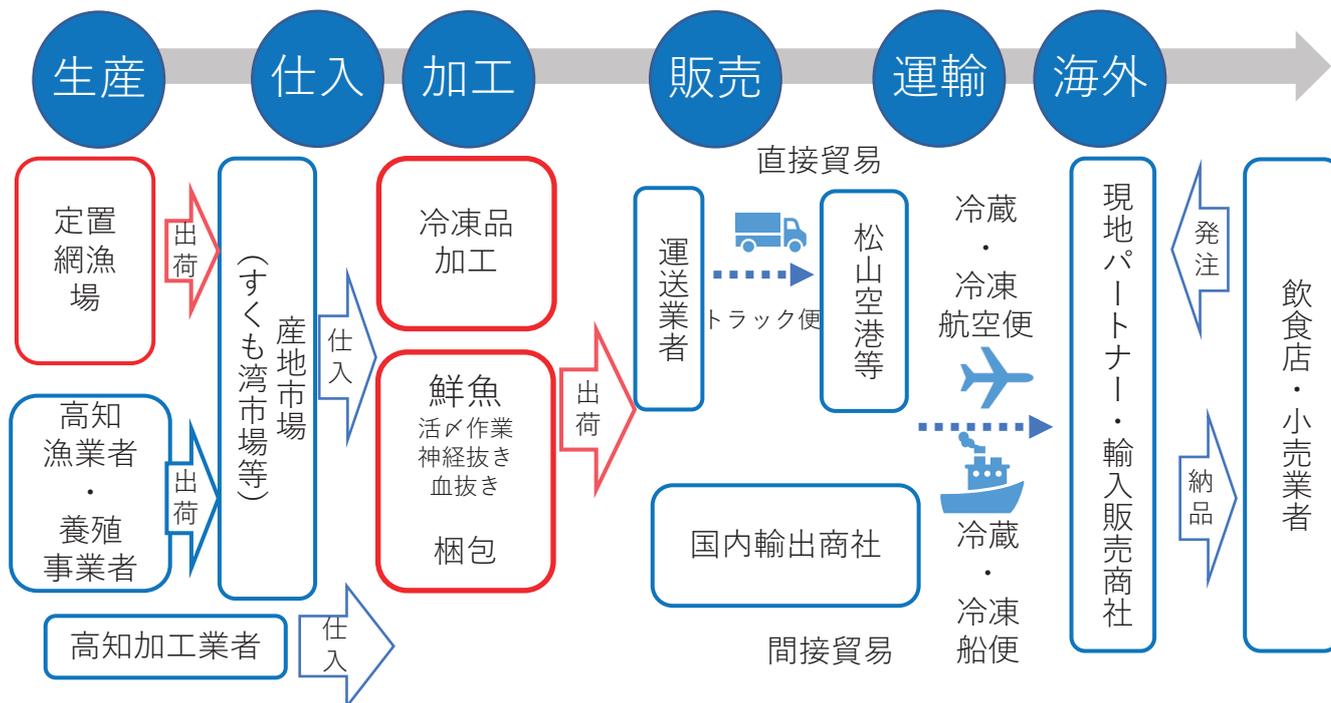
### 取り組み内容

- 2008年高知県の西部に位置する宿毛市で創業。「すくも湾漁業協同組合・中央市場」の魚を中心に主に高知県の約1500の多品種の魚介類を販売。
- 輸出開始は2017年。直接貿易で、現地パートナー、シェフから現地の嗜好、要望を細かく聴きながら、漁場の情報を共有することで、きめ細やかな商談を実現、高知県の魚の価値を高めながら、輸出拡大している。
- 定置網事業に進出。生産者となり鮮度、量のコントロールをしている。高品質な冷凍魚を提供でき、魚価の向上に結びついた。
- 自社で直接貿易をするために必要な輸出業務に関する知識を得るため、教育投資を行い、人材を育てた。

### 輸出実績の推移



### 輸出の仕組みチャート



## 輸出に取り組んだ背景

- 2017年に輸出をスタート。当初は、国内商社との取引を行う間接貿易から始まったが、2018年に海外事業部を立ち上げ、自社で輸出に係る貿易実務を開始、海外展示会等を通じて現地パートナーを開拓、直接貿易を開始した。
- 現地パートナーとの関係や輸出の仕組みが出来上がった時期にコロナ禍となり、国内、輸出事業ともに落ち込んだ。また、中国の日本産水産物輸入が止まったことも影響した。その後、輸出に積極的に取り組み業績は回復、2022年には、北米への輸出も始まった。
- 2024年の輸出額の8割以上が、直接貿易となった。

## 課題と解決のポイント

### 👉 プロトン凍結機の導入

冷凍品は、ドリップが出るのが品質低下の大きな要因であり、これを解決することを、高級レストランのシェフから要望されていた。

2014年高知県で初めて、プロトン凍結機を導入した。当時は、挑戦的な投資ではあったが、シェフからの評判は、大変好評であった。魚価を上げる事につながり、高知県の他の業者も導入するような拡がりがある。

### 👉 定置網事業に進出

大ロットでの受注に対応するためには、各漁場の漁獲状況を把握、調達する必要がある、自社で量を確保する必要がある。

コロナ禍に検討をはじめた貝川定置網事業が2022年末に実現化し、2年後の2024年には、採算ラインと考えていた漁獲量を確保。活け込みができるため、品質を最大限に考慮した供給が可能となった。

### 👉 グループチャットの活用

漁港にあがる魚は、魚種、品質、サイズ、数量が常に変化する。現地の希望する商品を調達するだけでは、販売が難しい魚類が発生してしまうケースがある。

現地パートナーとその先の小売店、シェフへ細やかな情報共有をするために、グループチャットを利用。日々の密なコミュニケーションが発注に繋がった。

ブランドロゴシール ▶



▲ 貝川定置網漁風景

輸出用 ▶



に梱包された自社取扱い鮮魚

▼ 鮮魚便搬出の様子



▲ ご利用いただいているシンガポール現地レストラン「SAKEMARU」 工藤シェフ

## 今後の展望

- 現地での展示会や現地シェフからの食材についての相談に高知県の食材を紹介。魚のみならず、土佐あかうし、かんきつ類の直七、地酒等の取り扱いを希望される事が増えた。各生産業者との橋渡しの仕事も高知への貢献と思い、取り組んでいる。
- 新しい取引国の開発として、インドネシアを考えている。特定技能外国人人材としてインドネシアからのスタッフを雇用している。母国へ帰った際は、現地でも有望な人材となると考えている。水産大国のインドネシアでのビジネスは有望ととらえている。
- 現在稼働中のプロトン冷凍機の稼働率はこれ以上増やせない状態で、輸出用に回す分を確保すると国内分を対応できないため、さらなる拡大を計画している。

食料システム機構会長賞

# 株式会社吉兆楽 (新潟県南魚沼市)

米  
(新潟県魚沼産)

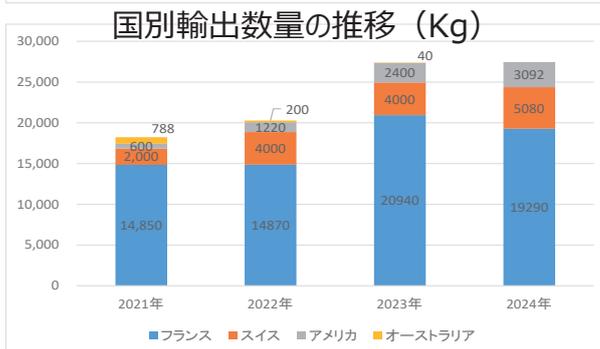
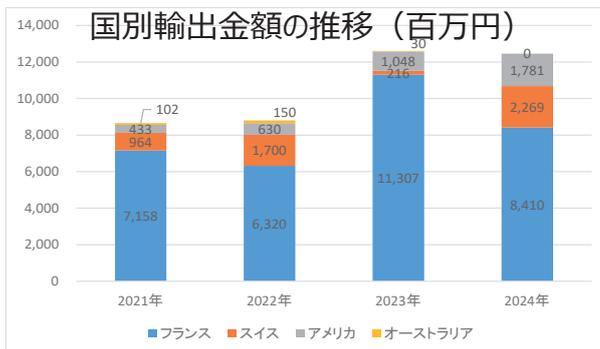
・フランス  
・スイス  
・アメリカ

## 「雪温精法」でおいしい新潟・魚沼のお米を世界へ

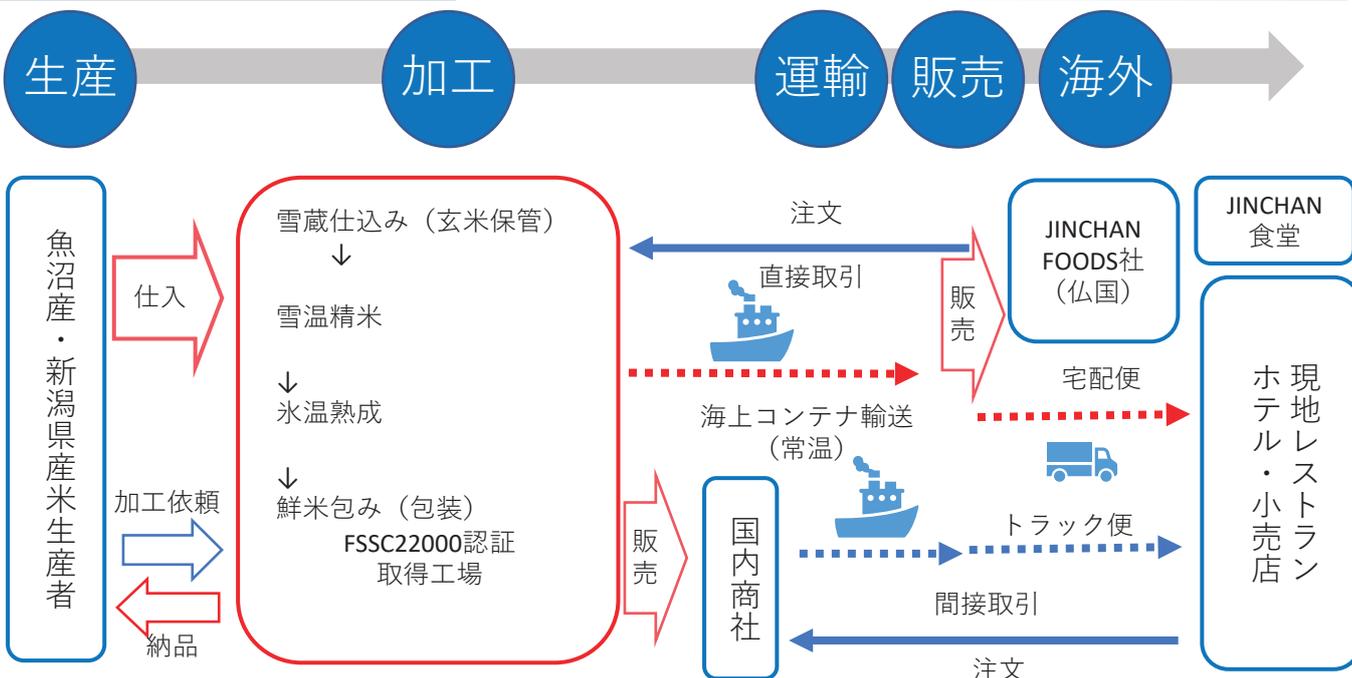
### 取り組み内容

- 1996年創業、前年の食糧法の施行をきっかけに創業、生産者から直接買い入れた玄米の卸売業から始まった。現在は自社で精米、保管する自社ブランド米をギフト等で高価格で販売。
- 一般的な多層的流通構造を避け、「吉兆楽 → ローカルパートナー → 消費者」という直接的な商流を構築している。現地の消費者にも手が届く価格帯を実現し、購買機会の拡大とブランド認知の向上とともに、利益の確保に成功している。
- 輸出に意欲のある生産者と連携し、雪室貯蔵(雪蔵仕込み)、雪温精米、窒素充填長期保存包装、国際衛生基準での製造など、輸出に堪える高品質商品に転化して価値を高めている。

### 輸出実績の推移



### 輸出の仕組みチャート



## 輸出に取り組んだ背景

- 農林水産省のGFPプロジェクトを通じて、「本物の日本食のおいしさを世界に広めたい、それにはおいしいお米」と考えたフランス・パリ拠点の外食事業者（JINCHAN FOODS社）と出会い、2019年より新潟県産コシヒカリの輸出を開始。同社「じんちゃん食堂」の丼ぶりはおいしいと、2024年のパリのウーバーイーツ宅配人気NO.1となった。
- こだわりの日本の食材を輸入したいという希望に応えるため、JINCHAN FOODS社が輸入業を開始、当社のフランスでの展開を同社と協業展開。
- スイスの現地レストラン複数店舗にも直接輸出し、吉兆楽のおいしいお米を海外へ直送

## 課題と解決のポイント

### 👉 高品質が決め手の製法

米は産地・品種でブランド化されているが、それ以上の差別化をし、自社ブランドをつくるためには、独自の玄米保管、精米、精米保管の手法を確立する必要があった。

南魚沼の地の利を活かした「雪蔵仕込み（通年5℃以下の天然冷蔵）」による玄米保存。「雪温精米（精米機械設備を冷やす精米方法:特許）」「氷温熟成」「鮮米包み（窒素充填長期保存包装）」でブランド米とし、差別化した。

### 👉 ローカルパートナー活用

「新潟県産」「南魚沼産」といった地域ブランドが浸透していない欧米市場で、おいしさをわかってもらうためには、単なる日本の米ではないことへの理解が足りない現状。

消費者と直接かかわるレストラン、ホテルなどと直接取引し、ローカルパートナーとした。使用する米のおいしさの理由を理解し、説明してもらうことにより、ブランドイメージを高め、他の米にはない高品質さをアピールしてもらうことができている。

### 👉 国際衛生基準で製造

輸入では、海外の米と比較されることになる。製造段階での衛生状態は、現地企業が重視する基準となるが、FSSC22000は取得していなかった。

2023年新設した玄米倉庫を備えた、精米、包装自社工場は、農水省の食品輸出促進対策事業補助金を活用することができ、FSSC22000を2025年8月に取得。世界基準の衛生・品質保証の体制を整備した。

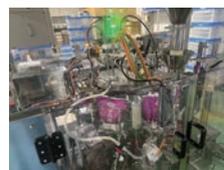
▼ FSSC22000取得自社工場



「鮮米包み」▶ 窒素充填ロータリーパッカー



▲ 氷温庫（氷温熟成）



▲ 輸用用パレット荷姿

パリの国際食品見本市展示会「SAIL Paris」での出展 ▼



▲ 「吉兆楽」ブランド米

## 今後の展望

- 日本古来の保存方法「雪蔵仕込み」は、玄米を通年5℃以下で天然保存し、おいしさを持続できるということ。エコロジカルな保管法として、欧米の消費者へアピールしていきたい。
- 「Team Niigata」として、生産者団体である「新・新潟米ネットワーク」が台湾への輸出拡大により増加した精米業務にも協力している。少量、多品種に対応できる輸出に適した加工業務は、今後輸出を希望する米生産者へOEM加工業者としても貢献したい。
- 今後は、北米でのEC販売や、英国での展開を考えており、5年後までに年間600tを目指す。

食料システム機構会長賞

# まつや株式会社 (新潟県新潟市)

離乳食  
(アルファ化米粉)

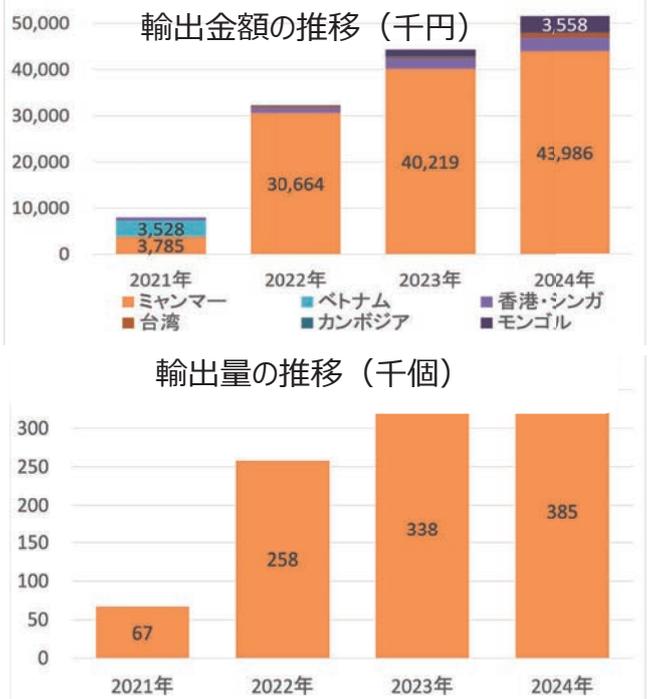
- ・ミャンマー
- ・台湾
- ・香港

## 日本産米を使った、お手軽離乳食がアジアで人気

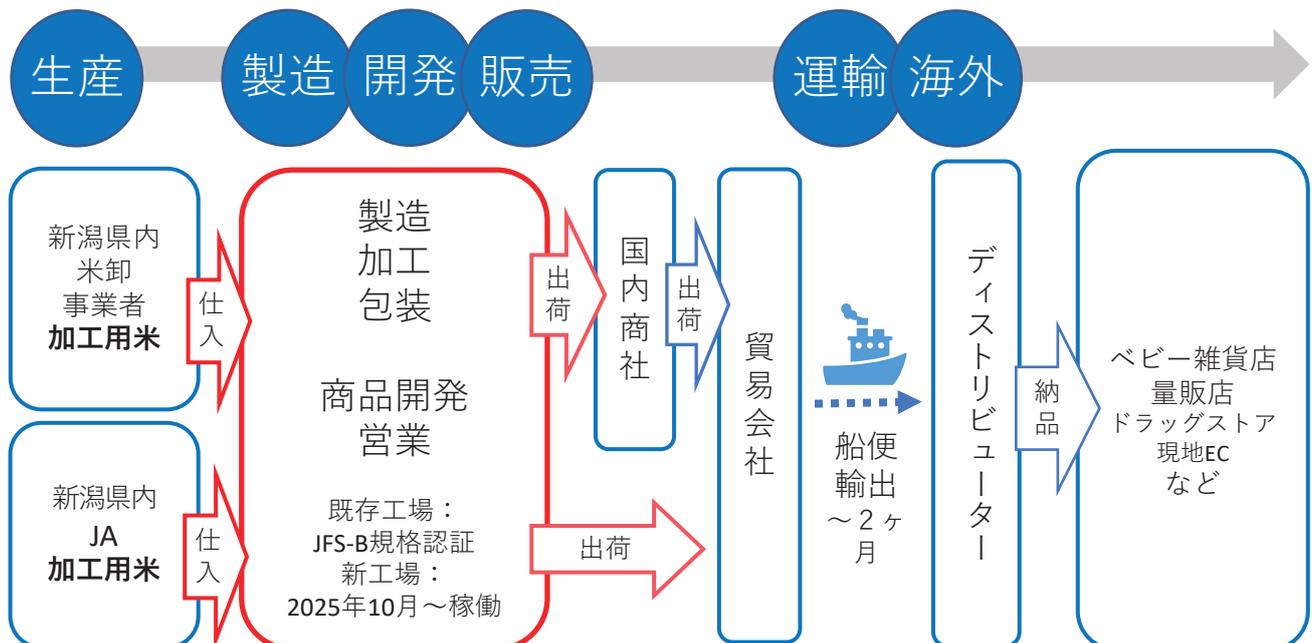
### 取り組み内容

- 創業110年を超えるコメ加工専門の食品メーカー。元々は、和菓子に欠かせないもち米の粉「寒梅粉」の製造・販売を主軸としていたが、90年代に開発したうるち米アルファ化粉『ライスミール』を使って、少量のお湯で調理可能な利便性・機能性に即した離乳食を商品化した。中国から引き合いがあったことをきっかけに輸出がスタート。輸出は主食がコメ食であるアジア圏を中心に展開し、現在はミャンマー、香港、台湾、モンゴルなどと取引している。
- 離乳食は国内用にも製造しているが、アジアでは詳細なアンケートを基に、現地向け味付けの輸出専用シリーズを展開。人工甘味料、香料、保存料、着色料、酸化防止剤等を不使用。

### 輸出実績の推移



### 輸出の仕組みチャート



## 輸出に取り組んだ背景

- 1995年、海外向けの援助物資製造をきっかけに、うるち米アルファ化粉を開発。即席おかゆ商品へと展開していたところ、大手ベビーストアチェーンから声がかかり、離乳食OEMを開始。その後自社商品を開発。中国からの引き合いがあり2005年から輸出を開始。数年取引が続いたが、東日本大震災後のコメ加工品の輸出規制により取引中止となった。現在の主要取引先はミャンマーであり富裕層のベビーフードとして認知が進んでいる。SNSを効果的に活用した長期的なブランディングが奏功し、取引額は増えている。輸出開始から20年を経て、輸出額は伸び続けている。

## 課題と解決のポイント

### 👉 並行輸入品対策

ミャンマーにおいては、日本で手に入れた商品をハンドキャリーで持ち込んだか、一時は並行輸入品による値崩れが発生し、対応を余儀なくされた。

輸出専用のパッケージを製作し、国内用とは差別化を行った。デザインは日本語をメインにしているが、ところどころ英語を入れており、輸出用とわかるようになっている。これにより値崩れを事前に防止することができた。

### 👉 ニーズに合わせた味付け

現地で試食を依頼すると日本の味付けが薄味で物足りないと言われることも。出汁をいかけた優しい味付けより「もっとはっきりした味がいい」と言われることもあった。

ディストリビューターや顧客に味に関するアンケートを行い、好まれる味つけやリクエストを得ることができた。日本の商品をそのまま輸出するのではなく、現地の好みを反映したマーケットインの商品づくりを行っている。

### 👉 積極的な商品開発

ベビーフードは、国内用と輸出用とあるが、毎日食べるものなので、味の展開が少ないと消費者が飽きてしまう場合もあり、バリエーションが必要。

飽きさせない工夫として、新しい味付けの可能性を探っている。営業チームで検討し、試作品ができること社員にアンケートを取ること多い。2025年10月には、輸出用に新商品を4種類追加した。



▲ 2025年10月に発売したばかりの輸出専用パッケージの4種（すべて新商品）

2025年10月に稼働しはじめた新工場



▲ ミャンマーでの販促はSNSを効果的に活用、認知拡大に効果

## 今後の展望

- 輸出開始から20年が経過し、取引金額は増えているが、輸出国の積み上げが課題。現在は輸出先としてミャンマーが堅調なので、次の展開として以前取引のあったベトナムの再構築、現在問い合わせのあるウズベキスタンなど中央アジアと関係を作っていきたい。
- 最近既存工場の方でJFS-B（食品安全マネジメント規格）の認証を取得した。新工場が稼働したばかりだが、ハラル対策も検討している。
- 即席おかゆ商品は、離乳食だけでなく、介護食、災害食としても有効。輸出アイテムとして災害福祉食というカテゴリで今後の可能性を探りたい。

食料システム機構会長賞

# 株式会社フレッズ (広島県広島市)

鶏卵

・香港

## 高価格ブランド開発と積極的販促で現地で受賞！

### 取り組み内容

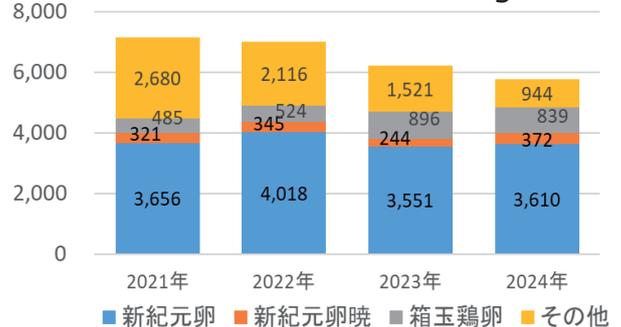
- 提携養鶏場7社の認証取得に向け働きかけ(6社HACCP認証取得、1社農場HACCP認証取得)、海外輸出の品質安定化を図る。また、仕入先である(有)千代田ファームは、養鶏場として西日本で初めてISO9001を取得。新鮮で安心・安全な卵の出荷に努めている。
- グループ企業に働きかけ、飼料開発、包材開発に取り組み、輸出先インポーターの要望に応え、高価格帯の新紀元卵「暁(あかつき)」ブランドを提案。
- 香港に約300店舗を展開するスーパーの冷蔵食品部門において、2022年・2023年連続で新紀元卵の販売点数No1表彰を受け、香港で一番売れている卵としての実績を築いている。

### 輸出実績の推移

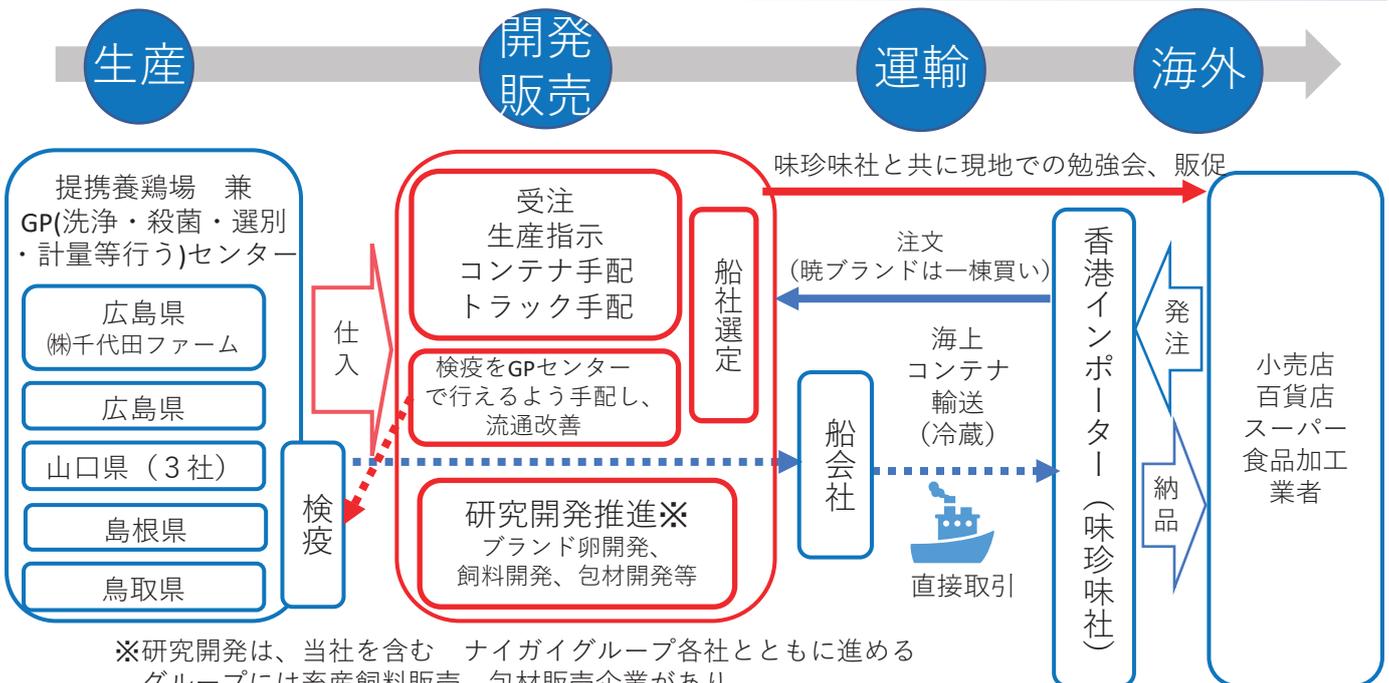
国別輸出金額の推移 (百万円)



品目別輸出重量の推移 (百kg)



### 輸出の仕組みチャート



※研究開発は、当社を含む ナイガイグループ各社とともに進めるグループには畜産飼料販売、包材販売企業があり、グループ内で開発を進められる体制を持つ

## 輸出に取り組んだ背景

- 2008年、香港大手の食品輸入・卸売企業「味珍味」の代表が広島を訪れた際に、百貨店に並ぶ当社卵が目にとまったことをきっかけに、アプローチがあった。両社で商談を重ね、2009年10月から香港へ鶏卵輸出開始。鶏卵輸出のパイオニアであり、輸出増加のけん引役となる。(対香港輸出货量シェア率 2022年25.1%,2023年33.9%,2024年26.9%)
- 鳥インフルエンザのリスクを抱える中、香港への輸出を拡大していくために広島県以外の地域の養鶏場に協力を呼びかけ、輸出货量を確保し、2009年度の当初は月2トンであった輸出货量を2023年度には年間出荷量6,291トンまで増加させた。

## 課題と解決のポイント

### 👉 物流変革し品質向上

鶏卵輸出において割れやかび対策に苦勞。輸出において温度と湿度対策が重要だが海外輸出時の検疫の際の開梱において鶏卵品質が低下してしまう。

輸出専用のパッキング・箱詰め資材をグループ会社とともに開発した。また、港での検疫(開梱による温度・湿度変化)による品質低下を防ぐため、出荷元GP(鶏卵生産)センターでの検査を働きかけ港の検疫を省略し、品質向上に繋がった。

### 👉 売れる商品開発推進

香港のインポーターに現地消費者のニーズを定期的に確認。国内流通の鶏卵の黄身は通常黄身色11~12であるが、さらに強い赤みを要望された。

黄身の赤みを強くするためにパプリカを餌に含有させ、飼料の試験開始。3ヶ月の研究開発で顧客の望む赤み(黄身色18)を引き出す飼料を開発し、「新紀元卵(あかつき)」と命名、10個パック1000円で販売し、売れ筋商品とした。

### 👉 イベントで認知拡大

当社から輸出する鶏卵の多くは香港スーパーの店頭販売であるため、香港消費者の認知拡大による効果的な販売促進が必要。

香港インポーター「味珍味」と打合せを重ね、効果的なPRとして、バスラッピングやトラム全面広告、日本車プレゼントキャンペーン等を行う。「いいたまごの日」である11月5日を香港でもPRし、卵の無料配布をSNS拡散に繋げ、売上拡大に繋がった。



◀ 1棟を「暁」生産専用。提携養鶏場にHACCP認証取得を働きかけ品質向上に努める。

◀ 黄身色18を実現した「暁」

開発した輸出用の包材は ▶ 国内用の2倍の強度があり、カビ対策で通気を良くしている



◀ 卵販売点数No1 ウェルカム表彰を授与



ラッピングしたバスとトラムを香港の街中に走らせた

## 今後の展望

- 香港からの鶏卵の需要は増加するも、養鶏場を拡大することは鳥インフルエンザ発生時に輸出が止まってしまうリスクがある。しかしながら、鳥インフルエンザの際の輸入条件の緩和により(鳥インフルエンザ発生時に日本全体の規制から県単位の規制へ)、現在の提携養鶏場以外の県との提携の働きかけを進め、輸出拡大に取り組んでいる。航空便による生食用の輸出も検討中。
- 香港以外の輸出先として他の国を検討中。シンガポールは2025年春に施設登録済み。

食料システム機構会長賞

## 株式会社カワイ (香川県高松市)

和牛肉  
(オリーブ牛)

・アメリカ  
・シンガポール  
・香港 他

# 強固な連携による付加価値和牛の輸出

### 取り組み内容

- 昭和元年に創業し、100年を迎える香川県の食肉卸売会社。2011年に香川県のブランド牛として誕生した「オリーブ牛」での輸出を手掛け始めた。
- オリーブ牛は県の特産品であるオリーブオイルの搾りかすを飼料として与えた黒毛和牛で、霜降り肉の脂質の軽さとオリーブに含まれる抗酸化作用を活かしたヘルシーさが魅力。循環型農業のストーリーも評価が高く、和牛の中でもトップレベルの高価格帯で販売されている。
- 生産者、行政、食肉関係団体、食肉販売店、JA、全農、コーディネーター、輸出会社、現地販売会社との連携による輸出は「香川県モデル」として評価されている。

### 輸出実績の推移



### 輸出の仕組みチャート

