



GFP優良事例

木桶仕込み味噌輸出促進 コンソーシアム(東京都)

業種：味噌メーカー 輸出額：230万円

マーケットインでの発想で木桶味噌のプレミアム化に成功

輸出の背景/経緯

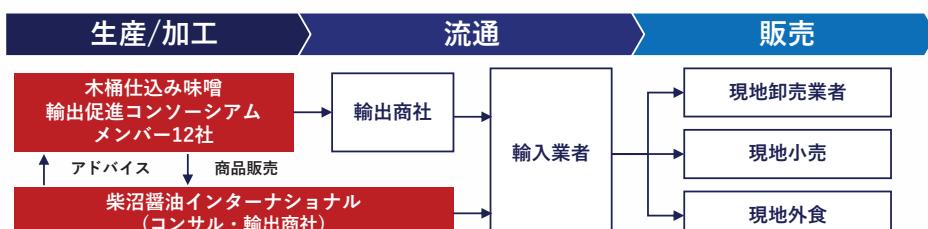
- 2013年に和食が「日本人の伝統的食文化」としてユネスコ無形文化遺産に登録。海外の日本食レストラン数が約1.8倍増加し、海外への味噌輸出量も約400%増加
- 2022年、木桶味噌をプレミアム商品として伝えていくことを目的として、味噌メーカー15社で「木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム」を発足
- 同年度には、GFP輸出実証や海外にてシェフを招聘したイベント開催・現地卸売業者と連携してプライベート商品開発に着手
- ワインやウイスキー等、発酵に造詣の深い欧米を対象に、木桶味噌の歴史に裏付けられたストーリーを伝達し、海外販路の開拓・拡大を目指す

輸出取組

輸出取組内容

- 欧州地域を中心とした木桶味噌の浸透に向けて、味噌独特の調理法である「合わせ味噌・ブレンド化」に着手。ユーザーの指向性を訴求したマーケットインを追求し、現地の支持を獲得
- 科学的根拠（データ）に基づいた木桶味噌の優位性を訴求することで、原料・整合の違いを説明し、バイヤーからの商談率を大幅に上昇
- 海外インフルエンサーやシェフを巻き込んだプロモーションイベントを実施した結果、現地卸業者と共同でプライベート商品開発に成功
- 自社WEBサイトでの多言語化やSNSを活用した魅力発信を積極的に行いながら、コンソーシアム会員の商品の魅力を海外に発信
- 安定的な輸送方法の確立に向けて、冷凍冷蔵流通や容器破損防止のためのGFP輸出実証等に取り組む

輸出モデル



会員事業者の各輸出商品の取りまとめ・製品の海外発信を含めた共同プランディング・各輸出入規制への対応等、木桶味噌の輸出に関する取組を包括的に行う。会員間でのスキルアップ会議等も実施

世界62カ国に商流を有する柴沼醤油インターナショナルと連携することで、効率的に輸出販路を拡大。冷凍冷蔵流通をはじめとした品質維持に対応した安定的な物流ルートの最適化にも取り組む

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)



GFPを活用した輸出成功ポイント

現地の反応を積極的に収集し、商品開発・輸送方法に応用

課題1

コンソーシアム会員合同で、輸出商社・海外バイヤーとの商談に臨みたい

GFP木桶味噌 マッチングin 小豆島

新規商社・バイヤーとのマッチングを実施

木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムと合同で、香川県小豆島や愛知県にて商談会・現地視察イベントを実施し、5社の輸出商社と商談



輸出商社とのマッチング

課題2

新規市場の開拓の可能性・消費者からフィードバックを受けて、商品開発に活かしたい

GFP米国イベント ロサンゼルス展示会

現地フィードバックを商品開発に応用

米国市場開拓に向けて、消費者・バイヤーを対象としたLA展示会に出演。現地でのフィードバックを基に、ビーガン視点での商品開発に着手



木桶味噌の展示ブース

課題3

木桶味噌の輸出拡大に向けて、新規顧客へのサンプル提供や輸送方法の検討を行いたい

GFP輸出実証

輸送方法の最適化やサンプル提供に活用

オランダ・ベルギーをはじめとした欧州への輸出実証を実施。輸送面・規制面の検証及び現地の反応を受けて、販売チャネル拡大に繋がった



輸出実証・現地イベントの様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



今年度は木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアムを発足し、GFP伴走支援を通じて、これまで知らなかった事業者と接点を持つことができました。現地顧客や海外輸出支援プラットフォームと情報交換できることは輸出ビジネスを拡大する上でも追い風です。今後は輸出機会拡大に向けて、現地シェフやインフルエンサー等を巻き込みながら、木桶味噌のプレミアム化を強化していきたいです。



GFP優良事例

株式会社アライドコーポレーション
(神奈川県)

業種：商社 輸出量：586トン

現地消費者視点で產品を発掘し東南アジア向け輸出を拡大

輸出取組

輸出の背景/経緯

- 2015年に果物輸入に取り組んだことをきっかけに、日本産青果物の輸出・販売事業を開始
- 現地消費者ニーズ起点での輸出産地形成・東南アジアを中心とした輸出拡大に積極的に取り組む
- ロス率を考慮に入れた適切な仕入れ～物流検討・現地販売を自社で行うことにより、適正価格での販売を実現
 - 親日タイ人ファン16万人を擁するFacebookページや現地ECサイト等を運営し、SNSを活用したマーケティング展開も高く評価される
- 今後はタイにて、BtoCで農産物を直接個人に届けるサービス提供を検討

輸出取組内容

- 現地ニーズに合わせて产品・产地を発掘し、またCAコンテナ・特殊鮮度保持コンテナを活用することで高品質かつ適正価格での輸出を実現
 - 現地着荷時の平均ロス率を大幅に減少させることに成功
- 輸出向けの产地開発(開拓)からの取組、また、タイ向け輸出においてはバンコクに有する支店がディストリビューターとなることで、产地～現地流通まで一気通貫で柔軟な対応が可能
 - “中間”を省き、着荷ロスを減らすことで、現地消費者へ適正価格で商品を提供
 - 日本の本社と連携し、現地でのコールドチェーン物流・品質管理方法を確立
 - 着荷状況を逐次確認一問題あれば出荷時の改善策を報告・検討するサイクルを回し、商品ごとに最適な輸送方法を確立

輸出モデル



アライドコーポレーション：仕入れ～販促まで自社で対応し、ロス率低下・高品質作物の適正価格での販売を実現

オンライン商談会等を通じ、海外ニーズに応じて輸出向けの产地を開拓。輸出仕様の品質を確保し、独自パッケージを使用することにより产地のイメージづけとブランディングも図る

CAコンテナ・特殊鮮度保持コンテナ活用、及び現地でのコールドチェーン確立により、鮮度維持と輸送コスト低減(空輸の約1/10)を両立。結果、消費者が手に取りやすい現地販売価格を実現

輸出品目	輸出先国
果物	タイ
野菜	シンガポール
X	香港
	米国 等

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

非公開 円

約330%

現在(2022年)

非公開 円

GFPを活用した輸出成功ポイント

商談・対面イベントを通じた広く深い輸出産地形成

課題 1

意欲ある产地・品目を掘り起こし、輸出実現に繋げたい

商談会におけるGFP会員とのマッチング

“产地パートナー”を全国的に拡大

GFP会員の青果物を積極的に取り扱い、日系量販店向けに輸出機会の創出・产地パートナーの掘り起こしに貢献



青果物产地との対面商談

課題 2

商談会だけでは伝わらない产地の課題・実情を確認し解決に繋げたい

GFPイベント(セミナー・交流会)

产地視察・生産者との協議を通じた理解深化

全国版イベントだけでなく、GFP輸出ベンチャー塾in山梨等の地方イベントにも参加し、产地・行政中心に意見交換やパートナー発掘に取組む



GFP輸出产地セミナー・輸出ベンチャー塾in山梨での登壇

課題 3

果物等、鮮度・品質保持が難しい品目について最適な輸送方法を検証したい

GFP輸出実証

福島県産ももを対象に鮮度維持方法を検証

产地からチャーター便で港湾まで配達することで鮮度維持を検証。またチャーター便確保による現地商品ロス削減の費用対効果を検証



配送・現地到着時点でのももの状態を確認

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFP・各県でのセミナー・产地開発を通じ、輸出に対し前向きな生産者様とスピーディーに商談することが可能となりました。今後に関しては、各地域から“オールジャパン”での輸出産地連携をし、生産者の皆様がつくられている素晴らしい商品を世界へ羽ばたかせたいと思っています。



今井政樹 様



GFP優良事例

株式会社Agnavi (神奈川県)

業種：商社 生産規模：2,000,000本(一合缶)

一合缶を活用し、様々な層での日本酒消費を後押し！

輸出品目

日本酒

輸出先国

シンガポール
香港
米国
ブラジル 等

輸出の背景/経緯

- コロナ禍において全国の酒蔵が危機的状況に陥ったことをきっかけに2021年から「一合缶」という新たな形態での日本酒販売を開始

→ 180mlという手軽なサイズで販売することで20~40代という新規層の日本酒消費が期待

- 国内向けの販売を展開しつつ、海外向けの輸出に取り組む。現在は、米国・香港・シンガポール・ブラジル向けの輸出を行い、欧米諸国と輸出相談中

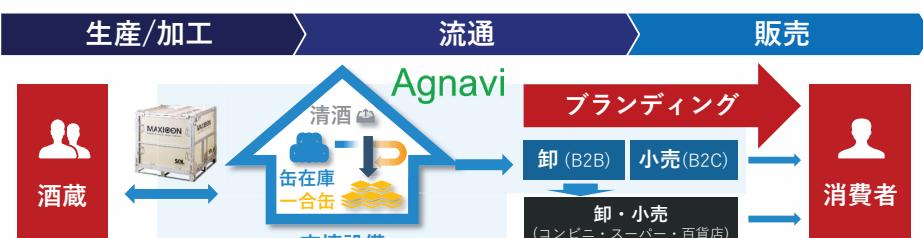
- 現地の飲食店・小売店への一合缶の販路可能性を示された。米国LA・ブラジルで大規模実証実験を実施。その結果、手ごろな価格で品質の高い様々な種類の日本酒を楽しめることで高い評価を受けている

輸出取組

輸出取組内容

- 「一合缶」という日本ブランドで全国の約70蔵元と協業し、現地ニーズに合わせた日本酒の生産体制を確保
- 国内大手の包装容器メーカーと連携し、日本酒をミニサイズに充填し、販売する安定的な商流を構築
- 日本酒の大敵となるUVを完全に遮断した上で新鮮さを保ち、破損の心配もなく、省スペースである上にリサイクル率が高いアルミ缶を活用
- 少量かつ価格も手ごろであるため様々な層が手を出しやすくなっている
- Shopifyを通して、香港・台湾を始め海外向けのEC販売に取り組む
- 従来の瓶より軽い缶を活用することで、EC販売の輸送コストダウン・CO₂削減を実現

輸出モデル



全国の酒蔵と協業し、自社で日本酒をミニサイズのアルミ缶に充填することで初期設備投資を軽減し、詰め口の人手不足を大幅に低減。酒蔵個々の生産量が現地ニーズに見当たらない課題を解決

重量が軽いアルミ缶を活用することで、積載効率の向上に寄与。他食品類との混載、輸送コストダウン、CO₂削減を実現。高品質の日本酒を世界に提供するため25度以下の貯蔵・輸送を目指す

一合缶というブランドを通じて、日本各地の酒を海外に広く認知してもらうためのプランディング活動に注力。手ごろな価格で高品質かつ様々な種類の日本酒を楽しめる最大の特徴をPR

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2020年)

0万円

+1,000万

現在(2022年)

1,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

若手の巻き込み・輸出関係者とのネットワーク構築

課題 1

All Japanで日本酒の認知度を広げていきたい

GFP超会議・学生輸出塾

若手・事業者との協業で認知度を向上

GFPセミナー登壇を通して、All Japanで日本酒の認知度を広げるための糸口を探ることに成功。学生向けに輸出ビジネスの在り方を問い合わせることで、新たな視点を自身の事業に応用



学生輸出塾での登壇の様子

課題 2

新しい取り組みを進める事業者と意見交換したい

GFPスタートアップ事業者との交流

自社知名度を拡大しビジネス機会拡大

GFPスタートアップ検討会に参加し、新たな事業を始める事業者と交流することで、他事業者や行政との連携を実現。今後も積極的な交流を通してさらなるビジネス機会拡大を目指す



スタートアップ交流会へ参加

課題 3

ターゲット国を検討するためのマーケティング調査、テスト販売の支援をもらいたい

GFP輸出実証・マッチング

テスト販売・マッチングで販路開拓へ

GFP輸出実証を通じて、アメリカ・香港向けの日本酒輸出拡大のテスト販売、GFPアンバサダーであるumamillとマッチングし、シンガポール向けのビジネス展開を実現



テスト販売の実施

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

國酒であり、食の代表格である「日本酒」の価値を酒蔵約70と連携しながら、世界中へ届けます。2023年の輸出目標は50万本であり、東南アジアでの販売網の更なる拡大と、欧米を中心とした新規市場へのアプローチをGFPコミュニティを活用しながら行います！



玄成秀 様



GFP優良事例

九州農水産物直販株式会社(福岡県)

業種：商社 輸出額：6.7億円

輸出品目 輸出先国

青果物	香港
水産物	シンガポール
畜産物	台湾等

多様なエリアの産地と連携し東南アジア向け輸出を拡大

輸出取組

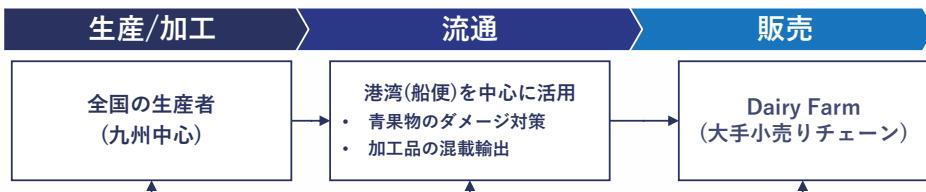
輸出の背景/経緯

- 2015年、香港へ青果物の輸出を開始
- 産地から直接仕入れ、Dairy Farmグループへ直接販売することにより中間マージンを必要最小限に抑え、生産者の利益を確保
- 2020年より、主要輸出品目の多角化を目指し、青果物の中でも、特に野菜に注力し定的に香港へ輸出
- 2021年より、九州と東北で産地間で連携した輸出取組を開始。今後は北海道との産地間連携も検討
 - かんしょ基腐病をきっかけに九州以外のかんしょ産地を掘り起こし
- 販路に課題を持つやまもとファームと出会い、2021年のかんしょ輸出から本格的に輸出スタート

輸出取組内容

- 現在は香港をはじめ、台湾・シンガポール等アジア13ヶ国へ輸出
 - 九州の経済界(九州経済連合会)と農業界(JA宮崎経済連)がタッグを組んで設立。多様な産地との繋がりを活かした仕入れが可能
 - 香港最大手量販チェーンで小売市場シェア3割を超えるDairy Farmグループと直接取引
 - 会社設立当初から繋がりのある担当者がDairy Farm香港における食品全般の責任者に就任し、香港向け輸出が加速
 - 2022年度より冷凍コンテナ便への青果物以外の品目混載も可能となる
- 九州と東北との産地間連携によるメリットを活かした輸出体制を構築
 - 生産者に対しても国内倉庫渡し・規格外品の活用等のメリットを提供

輸出モデル



九州農水産物直販：多様な産地からの仕入～現地大手との直接取引により安定的に輸出拡大

九州における経済界(九州経済連合会)・農業界(JA宮崎経済連)との独自ネットワークにより、多様な産地から仕入れる。その他商談会にも足を運び、全国的に仕入先を拡大

輸送中のダメージ対策として、キュアリング(かんしょ)・検品(露地野菜)を実施。2022年度に冷凍コンテナ便に香港Dairy Farmへの青果物以外の品目混載を開始

現地大手流通企業のDairy Farmとの直接取引により、明確な出口ある輸出を実現。2022年度はイオンASEAN本部との取組みを拡大し、マレーシア等、新規市場拡大を目指す

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

4億円

+2.7億
(168%)

現在(2021年度)

6.7億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

取引先・販路拡大のきっかけとしてGFPイベントを活用

課題1

幅広い輸出産地やプレイヤーとの情報交換を通してさらなる高みを目指したい

GFPイベント (セミナー・交流会)

情報提供・参加者とのネットワーキング

GFP輸出ベンチャー塾in福岡やGFP北海道セミナー&マッチングin帯広での登壇や交流会への参加を通じ、GFPへの情報提供・マッチングに貢献



GFP輸出ベンチャー塾in福岡

課題2

既存ネットワークを超えた新たな取引先を開拓し、商品の安定供給・拡大に繋げたい

GFP商談会

商談会を通じ取引先産地を全国的に拡大

北海道・南九州のイベントに参加し、多数のGFP生産者とマッチング。GFPオンラインマッチング from Sendai等で多数商談実績あり



青果物産地とのオンライン商談

課題3

重量野菜の産地リレーの可能性を模索するため、物流面・品質の課題を検証したい

GFP輸出実証

産地リレーの可能性と物流・現地ニーズ検証

九州(冬・春先)～北海道(夏)間での産地リレー(重量野菜)の可能性を検証(特に冷蔵コンテナ輸送の場合での鮮度維持条件・現地到着時の品質)



現地到着時点のカボチャ・キャベツ

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



吉村直喜 様

輸出に意欲的な生産者とのネットワーキングを構築できるだけでなく、同業他社との横の繋がりにて海外現地でのニーズが高い品目等の情報について意見交換できる場としても活用でき、大変ありがたいです。今後の展望として、商談会等のGFPイベントに未参加の、特に桃・ぶどうの果物等を扱う生産者との繋がりを期待しております。