



## GFP優良事例

# umamill株式会社 (東京都)

業種：ECサイト 出店品目数：約5,000件

輸出品目

輸出先国

シンガポール  
香港  
オーストラリア  
カンボジア  
日本食加工品

## 出展者とのマッチング機会としてGFPを活用

### 輸出取組

#### 輸出の背景/経緯

- 輸出未経験の企業でも誰もが輸出に挑戦できる環境を作りをミッションに設定
- 既存の商社ビジネスが難しいが、メーカーが売れないと思った商品でも、現地事業者からすれば欲しいものもあるという課題意識のもと、メーカーの輸出可能な商品を掲載
- 現地事業者の購入情報・ニーズを生産者と繋げるビジネスを展開
- 輸出対象国のEC事業者・小売店等に向け、商品サンプルの送付・販売を行うBtoB事業を展開
- 現在、全国の生産者・加工品メーカーのみならず、小売店舗・地方銀行・行政など、輸出に取組む関係者と業務提携を結びながら事業拡大中

#### 輸出取組内容

- 輸出未経験事業者の魅力ある商品を世界に可能な限り展開することを目標に取組む
  - たとえメーカーが現在売れないと思っている商品でも、現地事業者からすれば欲しいものもあり、それは既存の商社ビジネスでは実現が難しいものと考えている
  - 輸出可能な商品を掲載し、現地事業者の購入情報・ニーズを生産者に伝えるビジネスを志している
- 第一歩として、GFPと並列で生産者の登録者数を増やすことに注力
  - 現在はe-commerce事業を中心に、海外の販売事業に注力
- 現在、新たな輸出成約保証型のプロモーション事業を展開中

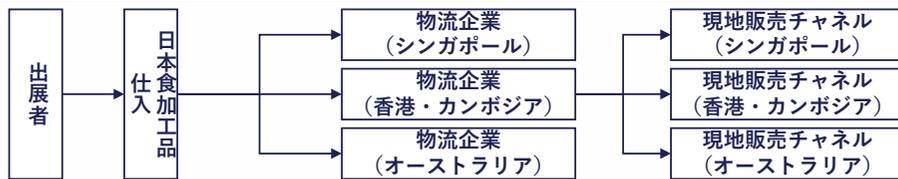
### 輸出モデル

生産/加工

流通

販売

「海外バイヤー」と「日本の食品メーカー」を繋ぐ越境ECプラットフォーム



日本食の海外展開をサポートする越境ECプラットフォームとして、日本食加工品を数多く仕入。umamillのECサイトは、live commerce運営事業者が運営を実施

登録された商品の物流は各国の物流事業者へ依頼しており、主な配送国は4か国（シンガポール・香港・カンボジア・オーストラリア）となっている

世界のバイヤーに食品サンプルの提供などは行っているが、現地の販売チャネルに直接は商品を届けるわけではない。ただしプロモーション事業の支援等を展開している

## GFPを通じた取組成果

### 掲載数推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)  
80件

+4,920件  
(6250%)

GFP参画後(2021年)  
約5,000件

### GFPを活用した輸出成功ポイント

## GFPでの継続的な情報発信を通じて出展者を獲得

#### 課題1

スタートアップ企業として、輸出関連事業者からの信用の獲得が必要

### GFP海外マーケットセミナーでの登壇

#### GFPイベントに登壇し知名度・信用を獲得

スタートアップ企業として知名度と信頼獲得が課題だったが、輸出に関する包括的且つ農水省公認イベントでの継続登壇で知名度・信頼を獲得



登壇時の写真

#### 課題2

GFPのネットワークを活用して顧客を拡大したい

### GFP紹介メールの活用

#### メールを見て商品登録をした事業者を獲得

ゼンヤクノ様はGFPメールでのumamillの紹介を通じて、商品をumamillに登録。登録から一年の現在、香港やシンガポールでの輸出に成功



umamillへの商品登録

#### 課題3

新事業をGFP登録事業者と共に推進したい

### マッチングイベントでの商談成約を推進

#### GFP登録事業者へコンサルティングを実施

イベントでの公演が参加事業者から非常に好評を博し、信頼を獲得。その結果、現在3社に対して輸出に関するコンサルティングを提供



輸出相談の様子

## GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



伊藤様・松原様・佐藤様

GFPイベントを通じて事業を拡大することに成功してきた。輸出成約保証型のプロモーション事業を新たに展開しており、今後ともGFPメンバーと共に日本の食品の輸出を盛り上げていきたい。具体的には、GFP登録者に対するdiscountの展開も検討している。



## GFP優良事例

# 株式会社久世 (東京都)

業種：商社・卸売業 売上規模：643億円

輸出品目

輸出先国

冷凍水産品  
加工食品

シンガポール  
× マレーシア  
香港等

## 現地系飲食店を中心にこだわりの食材等を輸出

### 輸出取組

#### 輸出の背景/経緯

- 外食産業や中食産業向けの食材卸を中心に、グループで食材の製造・販売も手掛ける
- 取扱品目は約48,000アイテムに上り、冷凍・常温品はもちろん生鮮品から消耗品等のノンフードまで幅広く取扱う
- 2013年にISO22000認証を取得後、2019年にMSC/ASC CoC認証を取得
- 海外の販路開拓を目指し、2012年から子会社製造の洋風出汁・スープをシンガポール・香港へ輸出開始
- 2017年からその他商材も販売を開始。日系食品卸として初めて中国進出を実現する等、輸出に知見と実績を多数有する

#### 輸出取組内容

- “日本の良質な商品、技術の世界へ”をミッションに、各国に有するパートナー企業とともに現地で販売活動を実施
- 特に、現地系のホテル・外食企業に強い販路を持ち、シンガポール・香港等へ冷凍洋風出汁・スープ、冷凍プロトン凍結牡蠣・冷凍蟹加工品、冷凍CAS凍結刺身食材等を輸出  
→ プライベートブランドを立ち上げ、今後は中東・東南アジアへも輸出拡大予定。現地と生産者を繋ぐイベント等でのフィードバックを商品開発に応用
- ISO22000の認証を取得し、商品の品質だけでなく、営業・物流・受発注等のサポート部門を含め、全ての業務の品質の向上を推進
- これまでの現地系飲食店との関係性を活かし、コロナ下で対面営業できない日本の生産者に向けて海外市場調査サービスも提供

### 輸出モデル



厨房での手間や品質維持等のフードサービスに係る方々の問題解決をする“ソリューションプロダクト”を生産者と共に開発。品質と価格にこだわったプライベートブランド商品を展開

冷凍庫内の一定した温度管理や消費期限の管理等に係るオペレーションの整理や現地の状況の確認・指導を行うことで、高品質のまま輸送するコールドチェーン物流の体制を構築

現地消費シーンに合わせた販売促進活動(海外展示会・販売店勉強会等)、販促物の作成等を通してバイヤーから受入れられ、取引先が拡大。好評からプライベートブランド商品はリピート受注に繋がる

## 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)

3,000万円

+1億1,000万  
(467%)

GFP参画後(2021年)

1億4,000万円

### GFPを活用した輸出成功ポイント

## 生産者・現地消費者・政府支援策等の情報収集に活用

#### 課題1

新規開拓を目指す品目を取り扱う生産者の情報取得および直接連携がしたい

GFPコミュニティ  
サイト

#### 輸出を“共創”する 生産者とマッチング

GFPコミュニティサイトに登録されている事業者情報を参考に、生産者へ直接コンタクトする等、輸出品目の拡充に向けて役立てている



生産者・販売店を交えた交流

#### 課題2

生産者が抱える輸出課題や現地消費者の声を把握したい

オンラインイベント

#### 生産者や消費者のリアルな声を施策反映

生産者や現地消費者の声を参考に自社の事業ミッションへ反映。“つなぐ”をテーマに食文化・気持ちを繋ぐPRイベント等を行い輸出拡大を図る



現地と生産者つなぐイベント

#### 課題3

政府・団体による輸出支援策等の情報取得に係る労力を軽減したい

GFP Facebook/  
GFPメールマガジン

#### 輸出に関する支援策等の最新情報収集に活用

GFP公式Facebook等をフォローし、規制や政府支援策等の最新情報をリアルタイムで収集。コロナ期には緊急支援事業に応募・活用している



補助事業に関するFacebook記事

### GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



堀川貴広 様

GFPは主に輸出拡大へ向けた情報収集に利用しています。“畑からテーブルまで繋ぐ”ことを事業ミッションとして掲げ、生産者から現地消費者まで丁寧に繋げながら、マーケットインの発想による輸出拡大に貢献します。頼れる食のパートナーとして、日本の良質な商品・技術を有した商品を世界のフードサービスに係る方々に届け、問題・課題解決に貢献します！



## GFP優良事例

2022年 選定

# アグベル株式会社 (山梨県)

業種：生産者 生産規模：1億9,000万円

輸出品目

輸出先国

ぶどう (シャイン マスカット等)	×	台湾 香港 タイ シンガポール
-------------------------	---	--------------------------

## 耕作放棄地活用による規模拡大・民間選果場の構築に成功

### 輸出取組

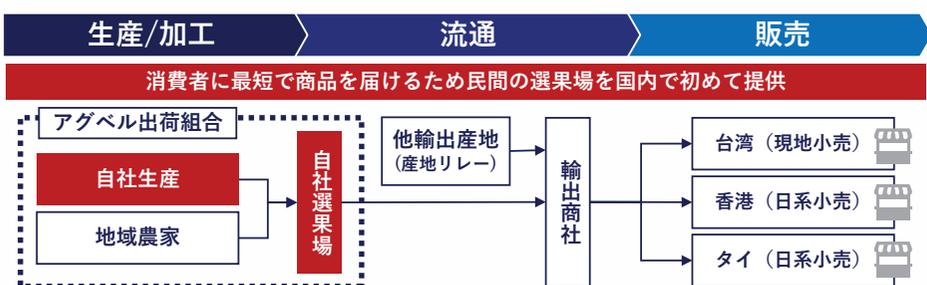
#### 輸出の背景/経緯

- 2017年に家業のぶどう農家を継承、日本の果樹生産にイノベーションを起こすため2020年にアグベル株式会社を創業
- 創業後、耕作放棄地が増加する現状に課題を感じ、農地再生に向けた取組を加速
- 2019年、販路拡大を目指して付加価値の認められやすい台湾・タイ・香港・シンガポール等への輸出を開始
- 輸出量増加に対応するため、近隣農家を巻き込み生産量を確保・選果場運営、アグリテックを使用した独自の栽培方法の研究等に取り組む
- 今後は、若年層を中心とした雇用確保に繋げながら、山梨県内ぶどうの生産量拡大・業界の若返りを目指す

#### 輸出取組内容

- 近隣生産者を巻き込んだ国内初の自社選果場を運営、間引き・梱包作業等の請負により生産者の負担を軽減して収益性の改善を図る
- 耕作放棄地の再生や農地の引受けにより、栽培面積を急速に拡大、近隣農家とのネットワーク構築も行き、自社生産の大規模化に取組む
- 難易度の高いぶどうの新規就農者を増やすべく、独立までの収入の保証や生産技術の伝授、近隣農家との関係性構築を中心とした支援の提供
- 台湾での単独ぶどうプロモーションを実施。海外メディアの注目度が上がり海外でのブランディング成功により輸出量が増加
- 摘粒作業について、スマートフォンをかざすことにより自動判別を行うシステムを導入し作業の負担軽減・効率化を目指す。更に、輸出産地間連携を図り、生産・栽培技術を共有することで、日本産ぶどうの品質向上に貢献

### 輸出モデル



近隣農家を巻き込み“アグベル出荷組合”を形成し、生産者の負担を軽減することで、生産者・小売店・消費者の三方のWin-Win-Win関係構築

輸出拡大に向けて山梨県・長野県のぶどうの収穫時期のズレを生かして産地出荷リレーを実施。結果、持続的で安定的な輸出体制を構築

日系チャネルだけでなく、高級青果物専門店・現地系ハイエンド小売等向けのプロモーションを強化。今後は加工品販売で客層獲得を目指す

## 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

## 若手への輸出意欲の喚起・輸出産地同士の情報連携

#### 課題1

山梨県のぶどう生産量を拡大し、雇用創出にも繋げるため自社の認知度を向上させたい

### 輸出産地セミナー/ GFP超会議登壇

#### 若手への輸出意欲喚起・仲間づくりの促進

輸出産地セミナーに講師として登壇した結果、輸出商社や農林水産省との交流によりネットワークが拡大。自社の認知度が向上するきっかけに



GFP超会議にて自社取組紹介

#### 課題2

海外の客層獲得や現地小売の販路拡大により、輸出量・販売チャネルを拡大したい

### GFPマッチング

#### マッチングを活用した自社ブランディング

輸出商社・現地バイヤーと連携し、マーケットインの視点でオリジナルパッケージを制作、“生産者の見える化”によるブランディングを実施



海外でのPR・自社パッケージ

#### 課題3

ぶどうの新規就農者・若手を拡大するための支援をしたい

### GFPインターンシップ

#### 今後GFP事務局と連携して学生受入を加速

新規就農支援を通じた業界の若返りの重要性と輸出取組について喚起、学生を中心としたアルバイトを約60名雇用しておりインターン募集も予定



若手を中心とした輸出産地形成



丸山 桂佑 様

### GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

ぶどう生産量を増やし、山梨県内のいちご・もも等の品目と連携することで、地域単位での輸出産地形成を進めていきたいです！また、新規就農者を増やし若手を業界に呼び込むことで“農業の底上げ”を実現したいと考えています。そのため、全国の跡継ぎ農家(2~3代目世代)を集めて意見交換やネットワーキングをしたいと思っています。今後もGFPのイベントを積極的に活用し、輸出拡大に取り組んでいきたいと考えています。