



## GFP優良事例

# 福島鯉株式会社 (京都府)

業種：食品製造業 生産規模：69億7,000万円

### 輸出品目

各種削り節	北米
煮干し	× アジア
昆布	オセアニア等
出汁パック	23カ国

### 輸出先国

## GFPにて各国ニーズ・認証取得等の情報を効率的に収集

### 輸出取組

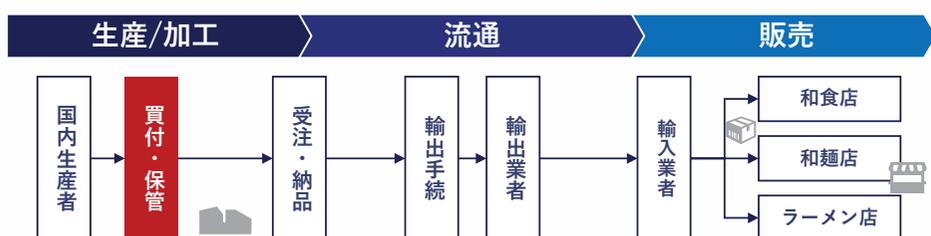
#### 輸出の背景/経緯

- 国内需要が頭打ちになり、海外に出る取引先の外食企業が多いため、同社も2010年から輸出を開始
  - 同年、輸出拡大を目指し米国現地法人「F.K. International, Inc.」を設立
- 2013年、和食が世界遺産になって以降、需要が急増
  - 海外でも簡単に使用できる、業務用出汁パックの輸出が大半
- 2014年9月、京都南丹工場を新設しHACCP管理を導入
- 2015年3月、ムスリム圏へ輸出するため国内初のハラールライセンス（日本ムスリム協会、日本ハラール協会）を鯉節7品目で取得

#### 輸出取組内容

- 現在、各国の嗜好ニーズに合わせたブレンド削り節を提案し、米国・アジア諸国・オセアニア等、23カ国の和食店を中心に輸出
  - 今後はEUやインド、南米への輸出拡大を目指す
  - 米国FDA認証・EUHACCP施設登録等の各国輸出体制整備も完了
- 確実な輸出成果を上げるため、各国の市場調査を実施した上で麺類用のだしに使われる雑節の市場開拓に注力
  - 現地の和麺店や輸出商社からもニーズを得られ、特に現地ラーメン・うどん店向けの輸出が急増
- 独自のブレンドノウハウを生かし、約3000種類に及ぶ削り節商品を提供

### 輸出モデル



原料は鹿児島県枕崎港や静岡県焼津港から直接仕入。HACCP認証やハラール認証取得等を進め、各国の輸出体制整備を積極的に行っている。各国ニーズに合わせたオーダーメイド加工にも対応

赤道直下を通過するため、パックの空気が膨張しないよう、パッキング方法を工夫。輸出向け商品の賞味期限は1年を設定し、製造後、即時出荷できる体制を構築。商社からの引き合いも獲得

出汁の美味しさや使い方を伝えるイベントプロモーション活動を通じ、日本の「UMAMI」を世界へ広げる活動を強化。米国展示会では、出汁の講習会等で伝え方を工夫し関心層を創出

## 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

## GFPと二人三脚で相談しながら輸出スキルを向上

#### 課題1

輸出規制に関する情報収集・対処策に関する相談機会を得たい

#### GFP訪問診断

### 輸出規制情報を効率的に取得・相談

農水省・ジェトロとの訪問診断を通じて、輸出規制に関する資料を収集・国における最新の規制対応状況を収集することで早急に対応策を検討



GFP訪問診断での説明

#### 課題2

自社商品のセールスポイントの再考・信頼できるサプライヤー等を探したい

#### GFP デジタルカタログコミュニティサイト

### 効果的なPR方法考案・取引先への情報提供

GFP事務局と連携し自社商品ポイントをすり合わせながら、カタログを作成。GFPサイトへの掲載を通じて、新規取引先からのコンタクトも増加



GFPデジタルカタログ

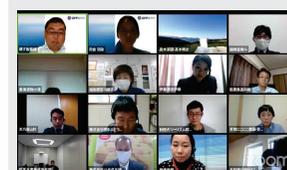
#### 課題3

更なる輸出事業を目指し、的確な輸出指導・社内輸出担当者を育成したい

#### GFP輸出塾

### 社内輸出担当者のトレーニングに活用

GFP輸出塾を通じて、講師からのアドバイス・他事業者との交流機会を得ることで、自社輸出ビジネスの見直し・輸出拡大に向けた知恵を習得



GFP輸出塾への参加



椋田和洋 様

### GFPを通じて ~輸出取組の感想・今後の展望

COVID-19が収束した暁には、引き続き現地オーナーの経営する和食店への営業活動を再開し、点での営業から面への営業活動に切り替え発展市場が期待される東南アジアや安定市場である北米地域への展開を強化していきます。今後も、販売先となりうる海外進出する日本食の外食企業をサポートし、海外需要の増加とだし文化普及の取組を強化してまいります。



## GFP優良事例

# 東亜食品工業株式会社 (兵庫県)

業種：食品製造業 生産規模：1億円～10億円

輸出品目 輸出先国

そば	×	米国
うどん	×	カナダ
そうめん		イスラエル

## 海外の健康志向層にグルテンフリー乾麺を提供

### 輸出取組

#### 輸出の背景/経緯

- 1945年製粉事業で創業。日本の商社からの依頼で1970年から米国西海岸の日系スーパーにソーメンとうどんを販売開始
- 商社と同行セールスを行い、海外市場の更なる拡大可能性を確信
- 現地に合わせた商品化を積極的に展開。富裕層をターゲットHALAL乾麺を開発・販売
- 乾麺の主要産地である兵庫県播州地方で製造し、現在北米を中心に東南アジア・欧州等、30か国以上の国・地域に輸出実績を持つ

→ 自社売上の内、1割程度は海外輸出により獲得

#### 輸出取組内容

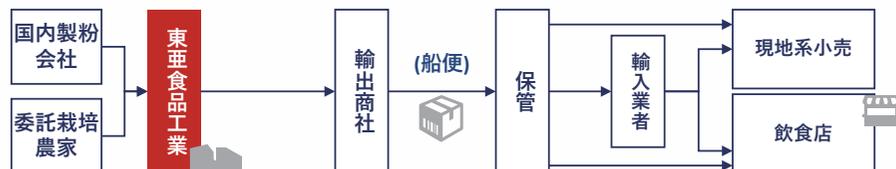
- 最大輸出先である米国における自然食品の展示会への出展等を通じて実感した、グルテンフリー乾麺へのニーズの高まりを基にグルテンフリー米粉麺の商品開発・輸出促進を開始
- 1998年半ばより、アジアや中東エリアへ輸出国・地域を拡大
- 出遅れていたアジア地域にはこだわり商品などを投入し、他社との差別化を図るが、価格の問題もあり、中々結果につながらなかった
- しかし、イスラエル向けに輸出で“Kosher”を知り、海外輸出拡大するためには各種認証取得が必要と感じ、業界HACCPやISO22000を業界内第一号で認証を取得
- FSSC22000認証等の国際認証を多数取得しながら、様々な輸出先国への規制対応を実施。近年ではコーシャ認証も取得

### 輸出モデル

#### 生産/加工

#### 流通

#### 販売



北海道の委託栽培農家や国内製粉会社より乾麺の原料を調達。米粉で作るグルテンフリー乾麺や増粘添加物を使用しない原料で製麺。畜肉エキスを含まないアニマルフリー対応の商品も開発・製造

輸出商社を通じて、米国や東南アジア、アフリカなど30か国・地域に乾麺・ラーメンを船便で輸出しており、年間で40フィートコンテナ10本分の輸出を実現するなど、物流網を構築

日系小売店だけでなく、アジア系小売店等にも展開。健康志向層がターゲットとなる現地系小売に提供。自ら現地に足を運び、現地ニーズを収集。HALALやグルテンフリー商品の需要の高さに気付く

## 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

## GFPメンバーとの交流を通じて輸出拡大に活用

#### 課題1

輸出に関する制度や自社取組の確からしさについてアドバイス頂きたい

#### GFP訪問診断

#### 行政・公的機関とのディスカッション

行政や輸出に係る公的機関(JETRO)との意見交換を実施。利用できる補助金や販促方法、輸出先チャネル等についてアドバイスを頂いた



GFP訪問診断での写真

#### 課題2

各国における添加物規制の把握とその対応策について知りたい

#### GFP超会議 in Osaka

#### 添加物規制に関するグループワークを実施

加工食品メーカー同士が集まり、各国の添加物規制についてワークショップ形式で検討。仲間と情報共有することで、添加物に関する知見を醸成



ワークショップの様子

#### 課題3

加工食品の輸出における課題感について整理・解決したい

#### GFP加工品部会

#### 輸出先進加工食品事業者とディスカッション

環境負荷低減に関する包材規制対応や添加物等について、輸出を先進的に取組んでいる加工食品メーカーと意見交換会を実施



グローバル産地計画資料

## GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



井上位一郎様

東アジア諸国ではベビーフードにおいても安全な日本製食品へのニーズが高いです。そのため、米粉麺製造技術を活用してアレルギーフリーのベビーフード乾麺の製品化を進めてまいります！