



GFP優良事例

イヨスイ株式会社 (愛媛県)

業種：加工製造業 生産規模：130億728万円

長年の水産輸出・活魚運搬知見を基に超高鮮度商品を開発

輸出の背景/経緯

- 1995年に活魚輸出を開始して以降、2010年に水産食品加工施設HACCP認定を取得し、北米・アジア向けに加工食品の輸出を開始
- 2015年には酒類販売業許可を取得し、酒類の輸出も開始
- 幅広い国・地域に輸出可能な体制を目指し、冷凍フィレ・ロイン等の加工・製造を行う自社工場において、各種認証取得（FSSC22000、ISO22000、EU HACCP、CHINA HACCP、FDA HACCP、MSC/ASC CoC認証）を取得済。現在BRC認証を申請中
- 今後はインド・アフリカ等の新興市場も視野に入れて輸出拡大を目指す。業務用は日本食レストランに加え、多国籍レストラン向け輸出を検討

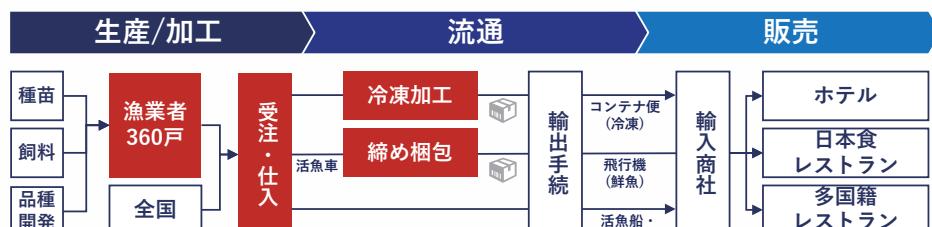
輸出品目	輸出先国
タマクエ (自社開発)	アジア(中国・韓国・台湾等)
ハマチ	X 米国
マダイ	EU 等
シマアジ	20か国
マグロ	

輸出取組

輸出取組内容

- 自社の活魚運搬の経験と実績で、多種多様な魚・水産加工品を取扱可能。輸出に適した新魚種の開発から養殖・加工・輸送・販売に至るまで一気通貫で取組。平成30年度輸出に取り組む優良事業者表彰農林水産大臣賞を受賞
- 日本食市場の拡大を機会と捉え、東アジアには活魚中心、北米・東南アジア・EUには冷凍鮮魚を中心に出荷。現地レストランやホテルから高品質・高鮮度で高評価を得る。
- 国際基準を満たした加工場の整備により、活魚に限らず鮮魚・水産加工品を世界中に輸出可能な体制を構築。自社通関で活魚船・活魚車・リーファーコンテナ(0度、-25度)・飛行機(当日水揚げ鮮魚)を活用し、産地から直接輸出可能な一気通貫の物流網で、高鮮度な水産品をスピーディーに輸出
- 現地系の小売向けの新規販路開拓を輸出商社などと提携して行う機会を模索

輸出モデル



国内市場が縮小していく中、漁業者を守るために種苗・飼料・品種開発のサポート。契約漁業者360戸と連携することで、輸出向け仕様の水産物を養殖(ターゲット国に合った脂の乗り方や鮮度)

自社生け簀で畜養しておき、輸出時間に合わせて締めてパッキングすることで高鮮度による差別化を実現。活魚・鮮魚・冷凍の多様な販売網の構築により、海外まで一気通貫の物流網を構築

新規輸出国の取引は前売金を前提とし、日本産が高品質な理由を説明しながら現地営業を促進。現地視察や魚食文化の普及に向けたイベント、価格競争に巻き込まれないルール作りを徹底

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)

35億円

+7億
(120%)

GFP参画後(2021年)

42億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

輸出ビジネスのアイデア相談・輸出物流の意見交換

課題 1

新規市場開拓に向けて新たなパートナーを探しながら、海外市場情報を収集したい

GFPオンラインセミナー&マッチング

オンラインを活用して効率的にマッチング

中国・香港向け販路を持つ商社と事前マッチングの上、オンライン商談を実施。コロナ禍においても、輸出ビジネス拡大に積極的に取り組む

課題 2

海外産水産物との差別化ポイントを検討・オンラインを活用し効率的にPRしたい

GFPデジタルカタログ

事務局と二人三脚で差別化ポイントを検討

自社商品のPRを強化するため、GFPカタログに参画。商品の差別化ポイントの見直しだけでなく、GFPサイト掲載を通じて幅広く情報発信

課題 3

取引国が拡大する中、各国のコールドチェーン整備状況を把握したい

GFPコールドチェーン勉強会

他事業者と輸出物流に関する意見交換

日本産水産物の輸出促進・自社輸出の拡大に向けて、自社輸出ノウハウの共有のほか、同業者や商社間で輸出物流に関して意見交換を実施



GFPオンラインマッチング
from Sendaiでの商品紹介資料



GFPデジタルカタログ
(イヨスイ)



GFPコールドチェーン勉強会
実施風景

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPコールドチェーン勉強会では、輸出業務内の課題と対応策に加えて、多様な輸出体制への取り組みや輸出手続きの効率化なども協議され、大変参考になりました。国が掲げる2030年輸出額5兆円目標の一端を担っていることを業界全体で自覚し、同様の野心的な目標を設定しなければならないと思っています。



荻原寿夫 様



GFP優良事例

株式会社杉本商店（宮崎県）

業種：生産者 生産規模：3億9,000万円

輸出品目	輸出先国
乾しいたけ	北米
椎茸粉	X EU
	香港
	台湾 等

GFPビジネスパートナーマッチング等を活用し輸出拡大

輸出取組

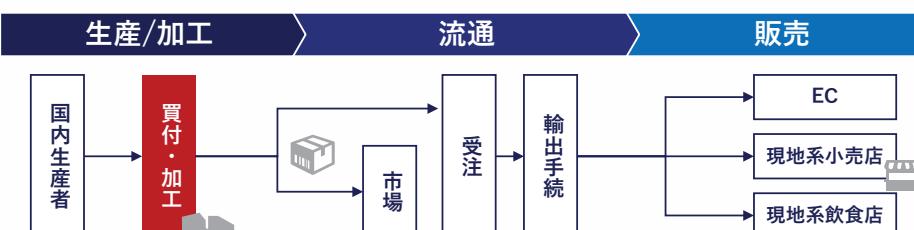
輸出の背景/経緯

- 乾しいたけの国内需要の減少を背景に、将来にわたって高千穂郷の生産者からの買い付けを継続していくために、2017年頃から輸出ビジネスを開始
- 高千穂郷の生産者約600軒の60t程度の原木栽培乾しいたけを買付
- 今後、"乾しいたけといえば、杉本商店の原木しいたけ"と世界中の人にから認識されるようなマーケットを作り上げることを目指してブランディングを図る取り組みを行う
- 北米向け輸出を目指しFSMA対応を完了。またHACCP、有機JAS、コーチャン認証等の取得も完了し輸出体制を整備。更なる輸出拡大のため2021年にISO22000を取得予定

輸出取組内容

- 大手EC(Amazon)を中心にして、米・英国向けに乾しいたけを輸出。米国Amazonの乾しいたけのランキングで10位以内にランクインするなど、海外からの人気も高い
- また、オーガニック・ヴィーガン向けに料理キットを販売する米国ECサイトや、イタリアECサイトでも取扱開始
- 飲食店での取扱拡大も目指し、フランスの日系飲食店での取扱開始
→ COVID-19状況下で飲食店がロックダウンをしている中でも、テイクアウト商品が売上を創出
- 3言語(日本語・英語・中国語)対応のレシピ動画を制作し、商品添付のレシピからQRコードで閲覧可能。動画を通じて、各国の消費者に商品のストーリーや食べ方を説明

輸出モデル



生産者から直接買付を実施。不足分はトレーサビリティ協議会が監査しているしいたけのみを買付。仕入れから出荷までデータ管理することで、すべての商品を生産者までたどれる状況

輸出の際の商品情報ラベル(乾しいたけ・椎茸粉)は現地規制に対応したシールを貼付。また、通関がスムーズになるよう、現地バイヤーと打ち合わせた必要書類を事前準備し同封

商品にQRコードを貼付。また生産ストーリー紙や現地語に対応したレシピを同封。消費者やバイヤーからの受けも良く"最高品質の商品"といったコメントが寄せられ、リピートオーダー等、好評

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)

280万円

+4,296万
(1634%)

GFP参画後(2021年)

4,576万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

商品に共感できるパートナーとの"出会い"に活用

課題1

商品の良さ・特徴を理解し、一緒に売るパートナーを探すことが困難

課題2

ニッチな自社商品が刺さる消費者ターゲットに商品を届けることが課題

課題3

長期的なプロモーション計画の作成支援・アドバイスを希望

GFPビジネスパートナーマッチング

輸出の方向性や戦略を相談

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



ビジネスパートナー
マッチングの様子

マーケットインに基づく商品活用を提案

パートナーのアドバイスを参考にヴィーガン向けマヨネーズに椎茸粉を混ぜた商品を提案。米国商談会で"Umami"が実感できると好評頂く



ECでの商品紹介事例

海外展示会・SNSを活用したプロモーション

パートナーの支援を受けてGulfood等の海外展示会に出展、Saladplateでの商品PR動画を公開。サンプル・見積付等、多くの反響を頂く



Saladplateの掲載動画

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

商品を売ることよりも商品を理解して売ってくれる人を見つけることが大変でしたが、商品を売るための知見を持ち、親身になって相談にのってくれるビジネスパートナーに出会うことができました。今後は、海外展示会のブースのシェアや、プライベートブランドの開発等、協業して輸出拡大に取り組んでいきたいです。



杉本和英 様