



GFP優良事例

株式会社小浜酒造（福井県）

業種：酒類製造業 生産規模：6,000万円

酒蔵の歴史や製造ストーリーをPRし、輸出拡大

輸出の背景/経緯

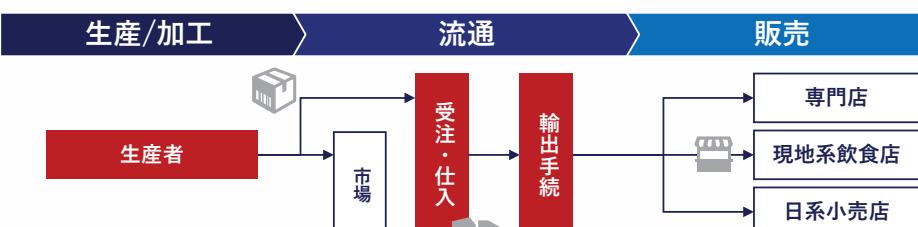
- “地酒の灯を消さない”を合言葉に、地元で唯一の酒蔵を引き継ぎ2016年に設立
- 地域に根差した地酒造りに拘り、福井県産の酒米・麹、地元の水を使用。機械に頼らず全ての工程を手作りで丁寧に行なうことを特徴として、地酒としての付加価値や差別化を図る
- 新しく設立した会社のため、海外での評価を上げ、ブランディングを図ることで国内ブランド価値を上げることを目的に、2019年より台湾等への輸出を開始
- これまで現地商談会への参加を通じて、現地の正確なフィードバックや取引先との関係構築を図りながら輸出拡大に向けた戦略を模索

輸出取組

輸出取組内容

- 台湾向けに直接輸出を行っており、台北の新光三越信義店のテナントに入っている北陸地酒の専門店“酒神樂（SAKAGURA）”で販売。また、香港・シンガポールへの輸出も行い、シンガポールのバイヤーから“Good for health”と評判をいただく
- 福井県にある多数の地酒の付加価値や差別化を図るために、積極的なプロモーションを実施。今後はアッパーミドル層をターゲットとし、高級小売店での販売を拡大していく見込
- 酒蔵の歴史や製造背景等のストーリーを重要視し、SNS等を介してPRすることで、小ロット輸出ながら海外バイヤーや海外消費者における根強いファンやリピーター獲得に繋がる
- コロナ下においてもオンライン展示会・商談会へ積極的に参加し、台湾の輸出拡大も強化しながら、米国とアジア諸国への輸出拡大を狙う

輸出モデル



小規模の仕込み・手作業を基本とした丁寧な造りを行う。また、地域の生産者と一緒に酒米を生産。中間業者を挟まないため、中間マージンが発生せず通常より安く仕入れでできることが強み

台湾向けに代理店契約で直接輸出。輸出時は現地語に対応した配送注意事項シールを商品情報ラベルに貼付することで、保管や運送時における下積等を防ぎ、丁寧に取扱い、丁寧に取扱いをうながすことが強み

輸出品目	輸出先国
日本酒	香港
	× 台湾
	シンガポール

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)

0円

+500万

GFP参画後(2021年)

500万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

現地ニーズを熟知したパートナーとの“出会い”に活用

課題 1

輸出拡大に向けたサポート情報や現地情報を知りたい

GFP訪問診断

現地マーケットや消費者ニーズ等を共有

海外市場や消費者ニーズに関する情報の収集方法を共有。サポート情報などを参考に展示会・商談会に参加し、10件程度のマッチングに繋がる



訪問診断の様子

課題 2

輸出希望先国における現地ニーズ・マーケティングに関する助言がほしい

GFPビジネスパートナーマッチング

マーケティングやプロモーション方法を相談

消費者に刺さるストーリー作りや英語併記でのSNSの発信を通じて、国内外にいる海外消費者からの問い合わせが増加。取引拡大に繋がる



海外消費者との交流の様子

課題 3

マーケットインの発想に基づいた商品展開を行いたい



現地ニーズにも詳しい海外スタッフを紹介

現地ニーズに合う商品展開とプロモーションのため、日本酒の生産に詳しい海外スタッフを紹介。商品PR等のアドバイスを行い輸出体制を拡充

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



輸出において何から始めて良いか等の悩みや課題に対し、訪問診断や10年以上前からプロモーションに取組まれているエキスパートと繋がる機会をいただきました。パートナーの専門的な知見を参考に今後はプロモーションを強化や新規販路開拓にチャレンジする等、輸出拡大に繋げていきます。



GFP優良事例

株式会社平松食品 (愛知県)

業種：食品製造業 生産規模：11億円

輸出品目	輸出先国
パック佃煮	台湾 香港 東南アジア 米国

力強い輸出事業の情報オプションとしてGFPを活用

輸出取組

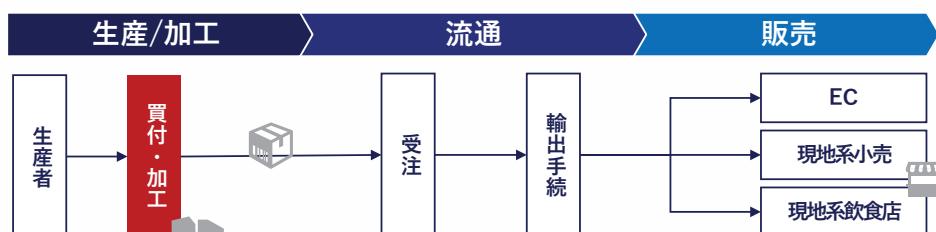
輸出の背景/経緯

- 1998年、国内向け取引を行っていた商社より、高い品質を持つ水産加工食品(佃煮)の海外展開への可能性について提案
- 同年台湾にて試行的に輸出を実施した結果、佃煮を中心とした各商品は現地バイヤーから高い評価を獲得
- その後愛知万博で実施した外国人向けのプロモーションにて、日本のでキャッチャーな甘辛の味付けが高く評価を獲得。輸出拡大の契機となり、台湾・米国・香港・シンガポール・タイの5カ国に輸出を拡大
- 2007年から米国展示会参加・催事販売等を通じ、現地の志向に合わせた商品名称・パッケージ・味付けを行い輸出を拡大

輸出取組内容

- 無添加の伝統的佃煮(甘露煮)を、手軽に和の味わいを実現する商品として海外に展開
- 2003年からISOの取得に着手、その後も認証・HACCP取得を積極的に推進し、FSSC22000も現在取得済、更にEU向け水産加工品取扱施設認定も取得
- 現地で食べ方を伝える場が必要と判断、年間2回程小売店の店頭で販促を実施(米国)
- 販促の場で消費者の反応を実際に現地で確認、NO MSG("グルタミン酸ナトリウム"の不使用)の表示を行う等、訴求ポイントを把握
- 今後さらに、米国西海岸やベトナム等、未開拓の市場開拓に向けた商流構築を志向
- 展示会来訪バイヤーに分かりやすい多言語対応のチラシ・動画にて、認証取得済みをPRし、複数の商談成立を実現

輸出モデル



2000年にHACCP対応の工場を建設後、2005年にISO22000認証を、2017年にはFSSC22000の認証を取得。ベトナム、中国への製造所登録も完了し、輸出に向けた万全の生産体制を整備

輸出商社等と提携して、新規販路開拓を行う機会を積極的に模索。今後はHACCP取得によるEUのオランダ・フランス向けの対応に加え、米国西海岸を重点ターゲットとして志向

台湾向け業務用としてレストランや小売店向けに人気。台湾以外はBtoC商品が中心で、米国は西海岸地域等の日系スーパーで日系人に限らず幅広く流通。ECはJETROジャパンモールやアリババで展開

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)

2,000万円

+300万
(115%)

GFP参画後(2021年)

2,300万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

産官の輸出関係者とのパスを拡大・情報収集を強化

課題 1

輸出に関する制度や全国的な状況に関する状況について情報を収集したい

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、輸出拡大に向けたパートナー関係を構築・強化し、現在も密接な連携を継続



訪問診断の様子

課題 2

輸出に取り組む他事業者との出会い・仲間づくりの機会がほしい

オンライン交流会

事務局と二人三脚で差別化ポイントを検討

オンラインセミナー・及び終了後に開催された交流会の場において、同じく輸出に取り組む様々な事業者との交流が実現、様々な経験や悩みを共有



交流会の様子

課題 3

他事業者の具体的な輸出事例や支援事業に関する情報源を増やしたい

GFPコミュニティサイト

GFP登録による関連情報の取得

GFPコミュニティサイトへの登録により、当該サイト上で全国のGFP事業者の取組が確認可能に・また、配信される支援事業等の情報を随時取得



GFPコミュニティサイト

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



平松賢介 様

今後も一層、日本企業の海外支社・社員食堂等をターゲットにした米国への展開や、若年人口割合が大きいベトナムへの進出に向けたEPA対応の強化等、新たな市場を見据えた取組を積極的に進めてまいります。GFPとの関りでは、輸出ならではの課題、特に手続き関係の情報・ノウハウについてコミュニティ全体で知見を深化・共有したいです。



GFP優良事例

株式会社市川農場 (滋賀県)

業種：生産者 生産規模：4,200万円

輸出品目 輸出先国

玉葱
ドレッシング X 北米
いちごバター 香港 など
生鮮いちご

GFP訪問診断等を活用し情報収集・輸出販促を実施

輸出取組

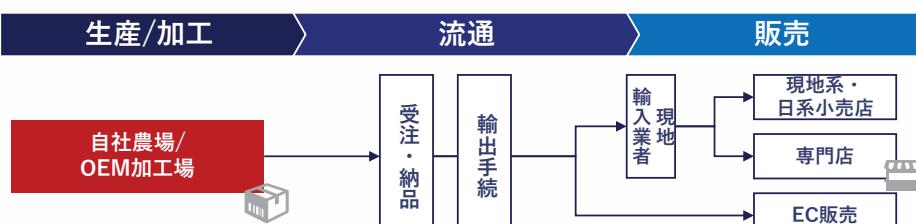
輸出の背景/経緯

- 2011年、いちご「章姫」を15a、玉ねぎ20~50aの栽培を開始
→ 湿度・気温・CO2をモバイル管理するICT技術を導入
- 2013年9月、香港の大手小売向けに「たまねぎスープ」を輸出
- 2014年1月、米国ニューヨーク・シカゴ向けに「玉ねぎドレッシング」を毎月500-1,000本程度輸出
→ 賞味期限は9ヶ月を設定することで、商社からの引き合いも増加
- 2019年12月、商品ラベルのリニューアル化・北米輸出向けに「アミノ酸不使用」シールを貼り付けて出荷した結果、受注量が増加

輸出取組内容

- 調味料や軽食・おやつ・デザート等、幅広い用途に対応可能な加工食品の開発・研究に取り組み、輸出の可能性を拡大
- 将来的に500万円の輸出目標額達成を目指す。輸出により、自社/商品のブランドを向上させ、商社からの引き合い・輸出量を増加
→ ICTを活用しながら、甘みが強くやわらかいブランド苺「章姫」栽培に注力
- コロナ影響下においても、GFP訪問診断にて、農政局より紹介を受けた商社経由で香港にいちご100パックを輸出、台湾向けにいちごバター・マーマレードを輸出予定
→ GFPビジネスパートナーマッチングにて商談したGFP商社にサンプル送付・成約見込
- 現在、いちご選果施設の新設やASIAGAPの取得に取り組みながら、輸出販路を拡大中

輸出モデル



自動管理を行い、高い品質で生産されているをデータで伝えることで、顧客への訴求力も高く、本年度は例年の1.7倍程度販売。国内だけでなく、輸出の際でのPRポイントにも繋がっている

収穫後、国内即日便を活用して近隣空港まで配達することで鮮度の高い状態で輸出できる体制を確立。北米輸出の際に「NO-MSG」シールを貼り付け、アミノ酸不使用をPRすることで受注量が増加

英文の生産ストーリー紙を同封することで現地受けも良く、口コミを通じて取引先が増大。現地にて新たなブランドとして、確立されており、継続的な取引文体制を確立しながら、輸出販路拡大に取り組む

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)

70万円

+52万
(174%)

GFP参画後(2021年)

122万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

現地販売に熟知したパートナーとの“出会い”に活用

課題 1

継続的な販売に至らないテスト販売のみの「海外一発病」を懸念している

GFPオンラインセミナー

現地販売のノウハウを習得

現地販売に関する知見収集に活用。輸出開始時に米国で毎月マネキン販売を実施した結果、商品ブランドが定着し現在継続的な輸出取引を実現



シカゴでの掲載チラシ

課題 2

コロナ状況下でも、新規販路先国を見つけながら、輸出リスク分散をしたい

GFP訪問診断

GFP訪問診断での商社マッチング

コロナ影響下においても、訪問診断で農政局より紹介を受けた商社とコンタクトを取った結果、いちご100パックを新規での香港輸出に成功



訪問診断の様子

課題 3

対面診断ができない中、シンガポール輸出を目指し商談の機会を得たい

GFPパートナーマッチング/GFP Facebook

SNSを活用してGFP商社とマッチング

GFPのFacebook投稿を確認後、マッチングを希望して連絡。面談後にサンプルを萌す様に送付し、シンガポールでの販売が実現見込



市川農場×萌すミーティング

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



自社商品が神戸港から米国NYに渡ることに夢を感じて輸出取組を開始しました。海外で売ることは、国内での自社/商品のブランディングにも繋がり、多くの方に興味を持ってもらうきっかけにもなります。輸出には様々な障壁がありますが、常に課題を前向きに捉え、楽しく解決していくことに“輸出の面白さ”を感じながら取り組んでおります。