

1.輸出における現状と課題

■現状

○2017年の食品輸出EXPOに大手商社の豊田通商と共同で出展し、北海道の乳製品の人気の高さやブランド価値を強く確信。賞味期限延長等の課題を解決し以下の輸出を実現した。

- ・冷蔵（チルド）牛乳：台湾、香港へ毎週船便で輸出。
- ・ヨーグルト・バター・チーズ等：台湾、香港、タイへ毎週船便及び航空便で輸出。

■課題

- コロナ禍による労働力不足や台風等の気象要因によって配船の遅延及びコンテナ不足が頻繁に発生し賞味期限切れによる商品の廃棄損が生じている。
- 輸出先市場での日本の乳製品へのニーズの把握、販売促進及び新たな販路の開拓が充分ではない。
- 現在の輸出先より更に以遠の市場に輸出するため現行の賞味期限を更に伸ばす必要がある。

・現在の輸出市場



・将来の輸出候補市場



2.輸出事業計画の取組内容

■輸出の障害となる要因の除去

船便による定期的な輸出には賞味期限の短さが大きな障害だった

- 長期保存を可能にする包材の採用、製造工程の細微に至る見直し等を行い、チルド牛乳の賞味期限を15日から35日に伸ばす事を可能にした。
- 台湾、香港へ毎週大量のチルド牛乳を輸出できる体制を構築した。又、乳製品の新規の販路を開拓した。
- 更なる賞味期限の延長に取り組んでおり、実現した場合は輸出数量の大きな増加が見込める。

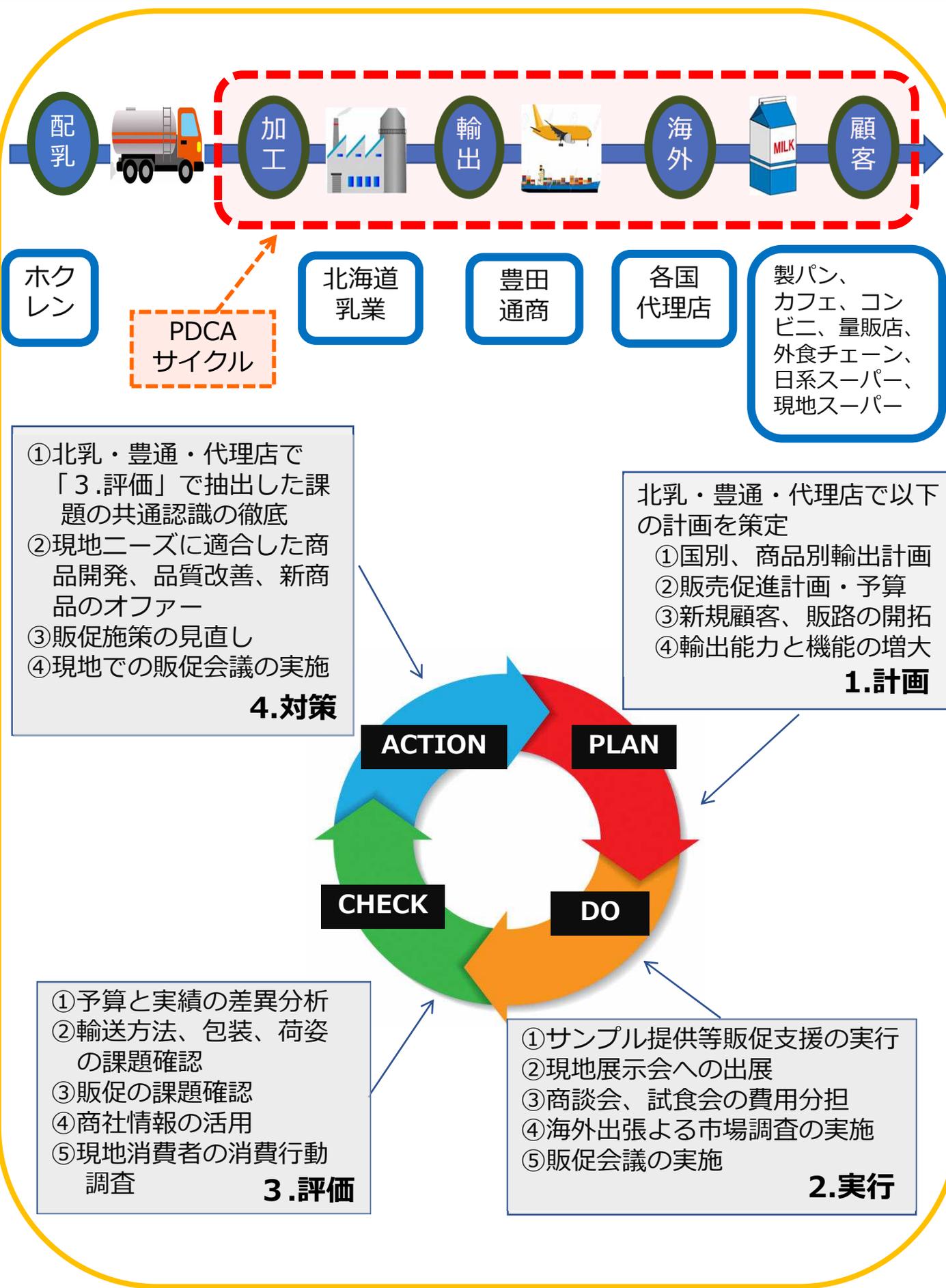
■徹底した現地マーケティング

日本の乳製品へのニーズ把握が出来ていなかった

- トップ自らが各国の主要流通を視察し乳製品市場を徹底的に分析した。
- 輸出を担う大手商社と緊密な関係を築き現地のニーズを的確に捉えた。
- メーカー、商社、現地代理店の効率的な3社協業体制を確立した。
- アジアにはロングライフ牛乳はあるが新鮮なチルド牛乳は少なく、鮮度の高い北海道産チルド牛乳が人気を博する余地が大きい事を実証した。



3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

	現状 (令和2年)	目標年 (令和5年)
輸出額 (円)	153,550,000	185,800,000
輸出量 (t)	653.7	789.2
輸出先国	台湾、香港、タイ	台湾、香港、タイ