

輸出事業計画

※申請者名：北陸製菓株式会社、品目：菓子

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 2015年に海外事業を開始して以来、直接貿易、間接貿易共に中国、台湾、香港、シンガポール等アジアを中心に13以上の国・地域にビスケット等のお菓子を輸出している。売上の半分は中国であり、ほとんどが賞味期限が10ヶ月以上と長く、手に取りやすいキャラクターのビスケット・クッキーである。
- 弊社の最も主力商品である揚げあられは北陸の米菓として年々国内での認知度が高まっているが、海外においては賞味期限が短いために少量しか輸出されておらず、認知度も非常に低い。海外バイヤーからは現地にはないお菓子が欲しいと、揚げあられに大変興味をもってもらい、サンプルも美味しいと好評であるが、賞味期限を延長できれば買いたいと言う声は多いため、改善し、ビスケットだけでなく、米菓の輸出をアップさせたい。
- ロングセラーのビスケット・カンパンにおいても、シンプルで飽きのこない味で、減量し、実質値上げしたものの一定数の売り上げを保っている。

【課題】

<製造>

- 中国ではPBやOEM案件の問い合わせが多いが、人口の多い中国にまとまって出荷される時は一度に5,000ケースにのぼり、それが月に2,3回となると、現状の米菓工場の設備では、すぐに製造ひっ迫してしまう。
- コピー商品がすぐに出回る中国では、米菓の販売拡大に伴い、自社ロゴの商標を取得する必要が出てきた。
- HACCPなど国際認証を求められるが、現施設では難しい。

<加工>

- ビスケットにおいては連包が売れ筋であるが、連包は包装に多大な時間を要するため、単包に比べると効率が悪い。

<販売>

- 現在特約店が複数おり、地域や取扱商品で棲み分けをしているが、並行輸入が最も問題となっている。著作権証紙のルール遵守が必要であるのにも関わらず、並行輸入取締りが長年の課題となっている。
- 商談して揚げあられに興味を持ってもらっても、賞味期限が6ヶ月であるがために海外輸出には短く、輸出のほとんどは賞味期限10ヶ月以上のビスケット・クッキー類である。

輸出事業計画

※申請者名：北陸製菓株式会社、品目：菓子

2. 輸出事業計画の取組内容

<製造>

- PBやOEM案件に対応できる増産体制が必要である。2026年8月までにコンテナ40フィート毎月2～3本の出荷を目指す。
 - 洗米タンクの高さを嵩上げする工事を実施し、効率的に1日当たりの製品1トン分の増産が可能となる。
- 米国食品安全強化法「外国供給業者検証プログラム」(FSVP)の作成を進めている。国内商社と連携して数年前より取組を開始し、改善できる点については改善を進めている。

<加工>

- 人手不足が深刻である米菓工場において2024年1月～2月の間に新たに洗浄機を導入することで、今まで洗浄にかかっていた時間を製造に充てることができる。

<販売>

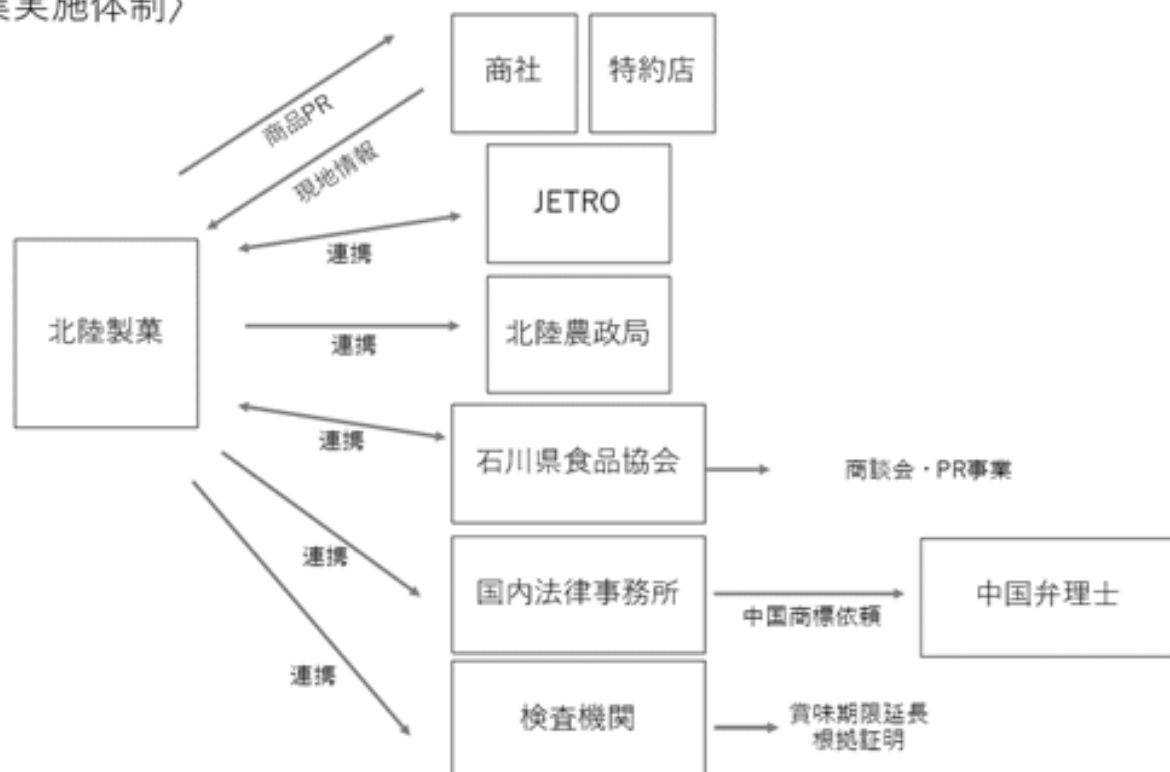
- 並行輸入業者を特定できないため、海外専用のクッキーを開発。正規ルートでしか扱えない為、並行輸入との差別化を担う。
- 中国での認知度アップのため、中国SNSに企業登録し、中国語を話すスタッフが情報を発信する。ビーバーの販売拡大と共に中国の商標登録を進めている。
- 現在、外部検査に出して賞味期限延長の根拠を取っているが、10ヶ月程の時間がかかる。根拠が取れ次第、賞味期限延長パッケージなど開発を進める。

輸出事業計画

※申請者名：北陸製菓株式会社、品目：菓子

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

〈事業実施体制〉



【計画の策定 (P)】

JETRO及び取引先からの
現地情報・規制情報を元
に製品規格を検討。
ニーズを把握し、輸出事
業計画を策定。

【事業の実施 (D)】

計画に基づき機械の整備
を実現し、増産体制を整
える。
海外の商談会・フェア等
に参加し、販路を拡大。

【改善 (A)】

現地取引先からの
フィードバックを通じ
て現地消費者の求める
商品製造・改善に着手。

【評価・検証 (C)】

現地の取引先より販売状
況や評価をいただき、必
要に応じて計画を見直し。

輸出事業計画

※申請者名：北陸製菓株式会社、品目：菓子

4. 輸出目標額

菓子	現状 (令和4年度)	目標年 (令和7年度)
輸出額	「A」とする	「A」の131%
輸出先国	中国、台湾、シンガポール、 米国、香港、ベトナム、マ レーシア、インドネシア、 フィリピン、イギリス、ポーラ ンド、オーストラリア、ニュー ジーランド	中国、台湾、シンガポール、 米国、香港、ベトナム、マ レーシア、インドネシア、フィリ ピン、イギリス、ポーランド、 オーストラリア、ニュージーラ ンド