

輸出事業計画

※申請者名：BIWAKO FOOD PRODUCT輸出促進協議会

品目：調味料（ポン酢、醤油、糀）・加工食品（鮎ずし、キムチ、菓子、茶）・日本酒

1. 輸出における現状と課題

【輸出における現状】

- ・ 滋賀県の実業事業者においては、地域に根ざした小規模事業者が多い（大量生産ができない）、国内商流が中心で輸出経験がない又は浅い、中小企業単独では輸出のノウハウも人材も無い等の課題がある。
- ・ 上記課題を抱え、海外販路拡大に興味がある事業者であってもどこから手をつければいいのか分からず、海外市場獲得のチャンスを逃している状況にある。
- ・ 本協議会は、補助事業を活用して輸出セミナー・「日本食品輸出 E X P O」への出展・産地見学会・専門家の支援等の輸出に対する取組を行った輸出に意欲のある事業者13社で組成し、販路拡大に向けて輸出取り組みを行う。
- ・ 主な輸出製品は、発酵食品（醤油、味噌、糀、キムチ、鮎寿司、日本酒等）は、旨みがあり、ヘルシーな素材で作られた、からだにやさしい食品として、海外で人気。事業者13社のうち、米国・香港・シンガポール等に輸出実績のある企業が11社であり、現状の商流の拡大や新たな販路開拓を目指す。

【輸出における課題】

【生産・製造】

- ・ 主要原料（米、大豆、湖魚、桑、明日葉等）の安定調達

【加工】

- ・ 小売用、業務用等の用途にあった味、内容量、包装
- ・ 包装食品の表示義務への対応

【販売】

- ・ 最適な用途（小売用、業務用、加工用等）や販売方法（店頭、無店舗）の選択
- ・ 自社ならびに自社製品の紹介、宣伝、情報発信（現地でのプロモーション）

2. 輸出事業計画の取組内容

【輸出における課題を解決するための取組内容】

【生産・製造】

- ・ 加工食品の原料は大半が国産原料で、かつ、滋賀県産のものが主。酒米は県内の農家と契約栽培が主。そのため、現状の原料調達は比較的安定しているが、受注拡大に備え、引き続き地元産あるいは近隣の原料調達に注力
- ・ 契約栽培を通じて原料の調達先との関係強化に努めるとともに、必要に応じて、調達先の多様化を図る

【加工】

- ・ 自社商品に適した販売先・顧客を選択。注文数量しだいが、先方が希望する味、内容量、包装に変更することを検討
- ・ 日本では表示義務のない成分（飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、糖類）の分析・推定
- ・ 自社の製造・供給能力にあった取引先・顧客の選択

【販売】

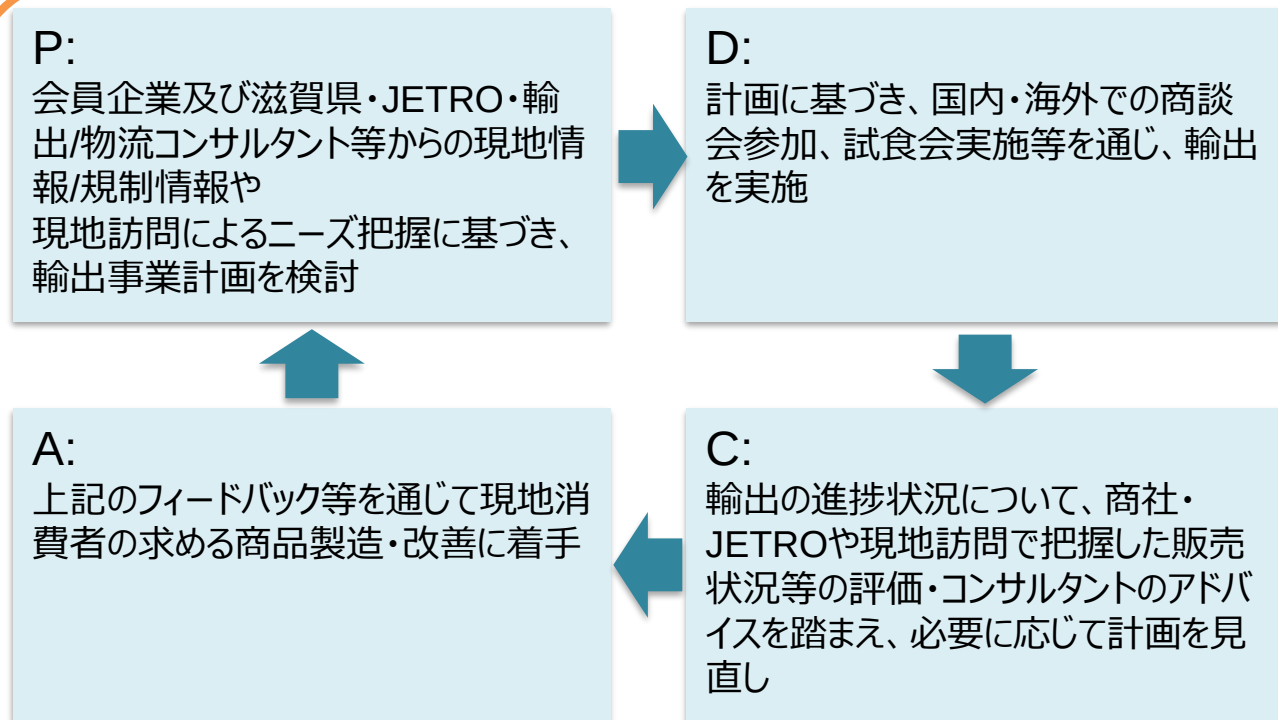
- ・ 選択した用途・販売方法に適した輸出商社・輸入卸・小売業者等と関係を構築
- ・ 製品規格書、商品カタログ、パンフレット・チラシ、HP（日本語、外国語）、SNS（Facebook、X、Instagram、YouTube、TikTok等）の活用、KOL・インフルエンサーの活用
- ・ 小売店やイベント会場等での試食販売、サンプル配布、レストラン等でのイベントの実施

輸出事業計画

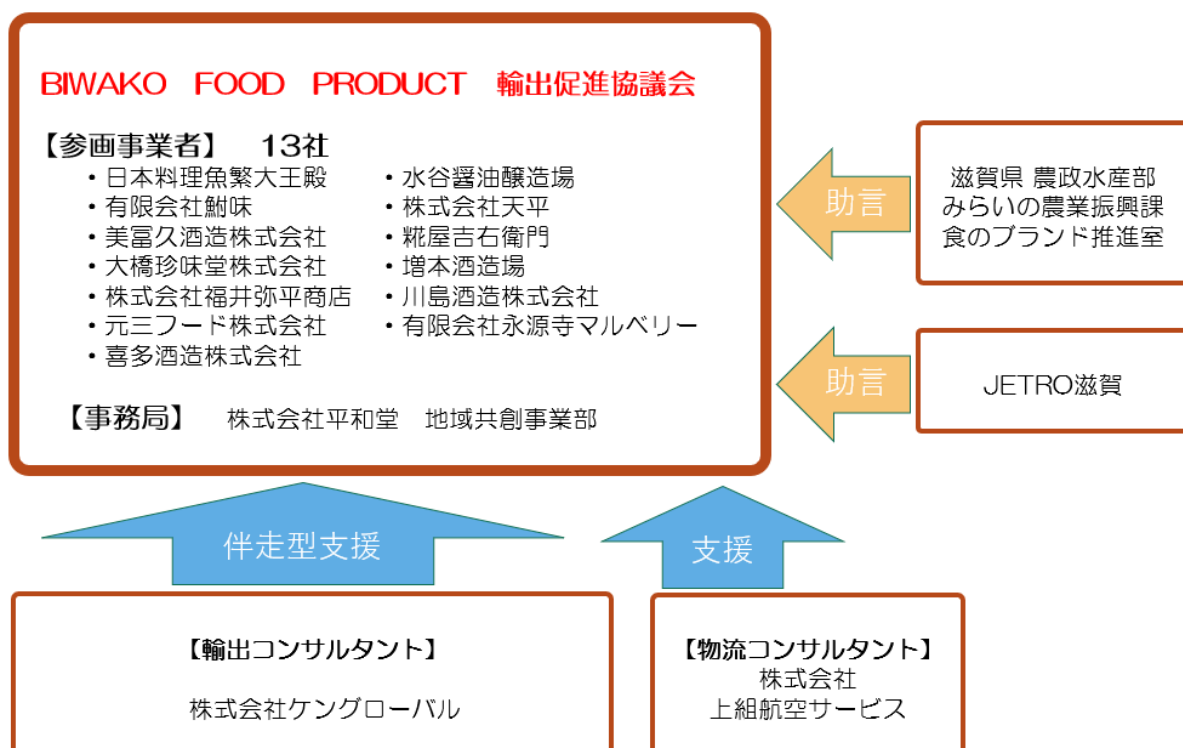
※申請者名：BIWAKO FOOD PRODUCT輸出促進協議会

品目：調味料（ポン酢、醤油、糀）・加工食品（鮎ずし、キムチ、菓子、茶）・日本酒

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



事業実施体制図



輸出事業計画

※申請者名：BIWAKO FOOD PRODUCT輸出促進協議会

品目：調味料（ポン酢、醤油、糀）・加工食品（鮪ずし、キムチ、菓子、茶）・日本酒

4. 輸出目標額

対象品目：

調味料
（ポン酢、醤油、
糀）

加工食品
（鮪ずし、キムチ
菓子、茶）

日本酒

	現状 （令和 5 年）	目標年 （令和 8 年）
輸出額	90,161（千円）	193,443（千円）
輸出量 （調味料・加工 食品はt、日本酒 はklで記載）	2.4（t） + 22（kl）	7.1（t） + 37（kl）
輸出先国	米国、香港、台湾、 シンガポール、フランス、 ベトナム、オーストラリア、 中国、アラブ首長国連邦、 ポルトガル、イギリス、韓国、 マレーシア、スペイン、 モンゴル	米国、香港、台湾、 シンガポール、フランス、 ベトナム、オーストラリア、 中国、アラブ首長国連邦、 ポルトガル、イギリス、韓国、 マレーシア、スペイン、 モンゴル、EU、マカオ、 フィンランド