

輸出事業計画

※申請者名：ヤマダイ株式会社、品目：即席麺

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 弊社は、1948年に創業し茨城県に本社・製造工場を構え乾麺・カップ麺を製造販売しているメーカーである。独自特許技術を使用したノンフライ麺に力を入れており、2001年に立ち上げた「ニュータッチ 凄麺」ブランドを中心に、専門店の味に匹敵する高付加価値商品を展開している。
- 海外でのラーメン人気の高まり、海外では価格重視型のカップラーメンしか市場にないこと、から、高付加価値型のカップラーメンは海外市場で需要が見込めると判断し、2019年10月に海外事業室を立ち上げ、輸出取組を開始した。
- 輸出品目は、ノンフライ麺。ノンフライ麺を使用したカップラーメンである。
- 現在、原材料規制の障壁が少ないアジア圏を中心に、国内流通と同じNB品を継続して輸出している。
- 2023年より、アメリカの輸入規制に対応した専用商品を製造し、アメリカへの輸出を本格的に開始した。
- ノンフライ麺の可能性を探索し、業務用市場まで視野を広げて検討をしている。

【課題】

- 価格重視型商品が出回っている市場において、高付加価値型商品の価値を現地流通及び消費者理解してもらう必要がある。
- 業務用市場の市場調査を行い、市場理解を深める必要がある。

2. 輸出事業計画の取組内容

米国専用商品の販促活動を実施する。

- 現地ディストリビューターの営業に対し勉強会を実施することで、商品価値理解の向上、提案意欲の向上を目指す。
- 現地ディストリビューターと同行営業を行い、店舗導入率を高める。
- 小売店で試食販売を実施し、消費者に高付加価値型商品の価値を理解してもらう。
- 試食販売を通して、消費者と交流を図り、市場の潜在ニーズを理解する。

東南アジアを中心に、業務用市場の調査を行い、ノンフライ麺の市場価値を探索する。

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

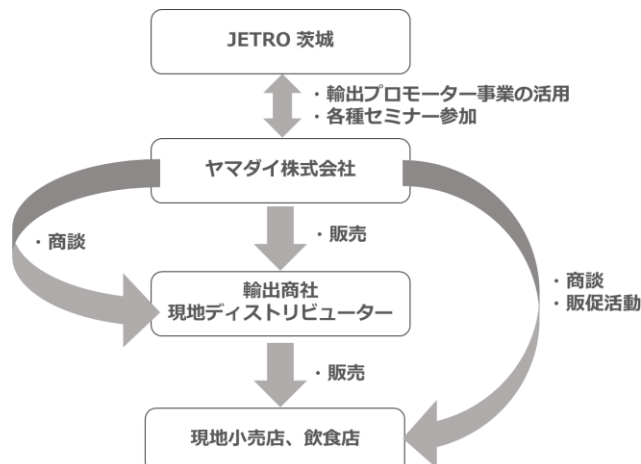
計画の策定 (P)
海外事業室で計画を立案し
部門長会議で報告・承認

事業の実施(D)
計画に基づき、販売促進活動の強化・
市場調査を実施

改善 (A)
計画見直しを踏まえて、
商品改良・販促活動の実施に着手

評価・検証(C)
商品販売数、商社・現地顧客からの評
価を踏まえ、JETROにアドバイスをもらい
ながら必要に応じて計画見直し

社外 連携体制



輸出事業計画

※申請者名：ヤマダイ株式会社、品目：即席麺

4. 輸出目標額

※輸出先国：アメリカ、東南アジア

	現状 令和 4 年度 (2022年4月～2023年3月)	目標年 令和 7 年度 (2025年4月～2026年3月)
輸出額(千円)	3,300	100,000
輸出量 (KG)	2,000	60,000