

輸出事業計画

※申請者名：EKIBEN WORLD TEAM 品目：冷凍米飯

1. 輸出における現状と課題

【背景】

・駅弁は日本各地の歴史や文化を背景とし、特産品や地のものを活かしながら育まれてきたこだわりの一品として、今もなお、鉄道を利用するビジネス客や旅行客から評価を得ていると認識している。また、日本ならではの経木折箱や鉄道、ご当地の特産をモチーフとしたユニークな容器に入った駅弁は、お土産として外国人観光客にも人気を博しており、鉄道の中で風景を眺めながらスピーディーに食を楽しむ日本文化「EKIBEN」として海外に浸透しつつある。

・令和2年のコロナウィルス感染症により生活様式が大きく変化し、リモートワークの浸透によるビジネスでの鉄道利用客が減少したことから、駅弁業界は非常に厳しい状況下におかれている。加えて、駅弁業者が加盟する「一般社団法人日本鉄道構内営業中央会」の会員数は、昭和42年の405社から令和6年3月31日時点では約83社まで激減しており、歯止めがかかっていない現状である。上記の状況から、日本国内の需要のみでなく海外需要を創出・市場を獲得して輸出を拡大させていくことは駅弁業界における生存戦略の一つである。

【これまでの輸出取組】

・これまでは個社単位で取組を行ってきており、会員企業がフランスおよび台湾の駅にて弁当を販売した実績がある。しかしながら現状フランス、台湾ともに販売は終了しており、継続には至っていない。他、会員企業の1社がタイの百貨店のテナントとして販売をしており、こちらは現在も継続している。

【ターゲット国】

以下の理由により、ターゲット国をスイスとする。

・チューリッヒ中央駅は欧州の交通のハブとなっており、フランス・ドイツ・イタリア・オーストリアへの乗換が可能である。様々な人種・国籍の方が往来する為、各国のニーズを把握することが出来、リサーチや仮説検証が可能である。

・スイス国鉄に於いては特別なダイヤ(運行・乗換がスムーズなダイヤ)を組んでおり、30分以内に乗換が可能である。その為、駅構内の飲食店でゆっくり食事を取るよりも駅弁等のテイクアウトのニーズが高い。

【課題】

【製造・加工】

- ・日本では一般的に使用されているPH調整剤について、欧州の添加物規制により使用ができない。
- ・動物性原料の使用に於いては、EU HACCPの取得が必要である。

【物流】

- ・冷凍・冷蔵のコンテナ輸送に関してはLCL便がなく、現状チューリッヒ向けについては航空便での手配が必要となっており、運賃が高額である。
- ・航空便の場合は、冷凍室がなく荷主側でドライアイス等を詰めて温度管理をする必要があり、コールドチェーンとしての担保が困難である。

【販売】

・EKIBENの文化は一部の外国人において広まりつつあるものの、まだ「EKIBEN」の言葉で意味が伝わる海外消費者は少ない状況であるため、さらに駅弁の魅力を世界に広め、認知度を向上していき、ブランディングを確立する必要がある。

・これまで駅弁の海外進出は個社単位で行ってきたが、1社では消費者に選ぶ楽しみを提供することが難しく、販路拡大は十分に進んでいない状況である。そのため複数の事業者が一丸となって輸出取組を行うことで、豊富な種類から選ぶ楽しさ・効果的なPRを実現し、駅弁の認知度を向上させる必要がある。

【人材育成】

・海外輸出に於いて、日本国内商売とは法規制・文化・商慣習・商流・物流等の違いが大きく、輸出の専用人材の育成が重要であると認識している。

輸出事業計画

※申請者名：EKIBEN WORLD TEAM 品目：冷凍米飯

2. 輸出事業計画の取組内容

【取組内容】

〔製造・加工〕

- ・PH調整剤を使用しない代わりに急速冷凍の技術を活用し、鮮度保持と流通時の賞味期限（冷凍 1 年）管理を行っている。
- ・国内HACCPに対応した新たな工場の整備に取り組む企業の協力を得て、EU HACCPへの対応までアップグレードしたのちにOEMで製造した駅弁の輸出に取り組む。

〔物流〕

- ・チューリッヒ向けに冷凍コンテナを定期的に出荷している商社を探しており、物流費削減のために将来的には冷凍コンテナでの輸送を実現を目指す。
- ・航空便での輸送が継続される場合には、現地に商品が到着した際にしっかりと検品を行い、荷受人と連携しながらコールドチェーンを担保していく。

〔販売〕

- ・サンプリング・ポップアップ店舗販売の現地事前調査として、スイス鉄道、JR東日本パリ事務所、現地協力会社などと連携し、イベント候補地及びその周辺設備の視察を行う。イベント実施時には、駅弁の解凍や、おかず部分の盛り付け作業等を行うため、作業場所が確保できることを確認する。加えて、現地の駅ナカやスーパー等において、どのようなお弁当であれば好まれるか、価格の相場感を調査し、サンプリング対象とする駅弁を決定する。
- ・チューリッヒ中央駅（スイス）において、サンプリング及びポップアップ店舗販売を実施することで、駅弁のPR・マーケティング調査を行い、現地消費者の反応を探ることで、規制対応と合わせて現地消費者のニーズを満たす駅弁への改良を図る。日本文化としてのEKIBENの魅力も周知するため、会場には駅弁の文化や魅力を展示する他、サンプリング商品の紹介ができる構成にするほか、商品のフィードバックをいただけるよう、サンプリングに協力してくださった方にアンケートを依頼する。

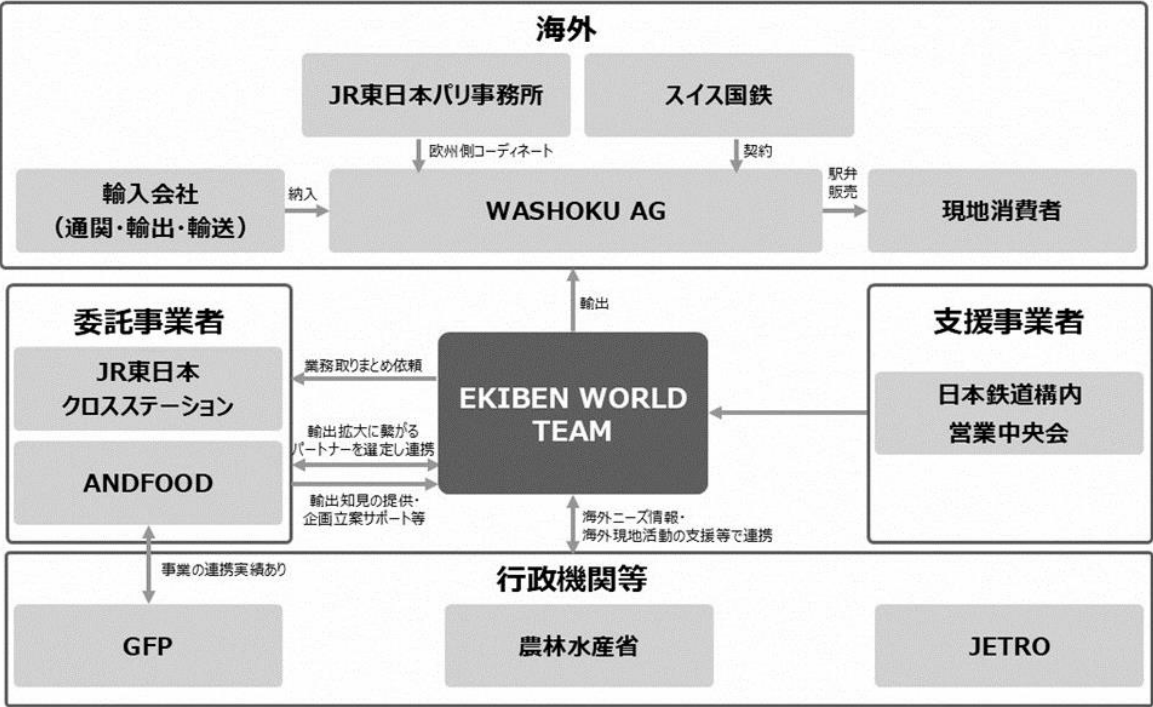
〔人材育成〕

- ・農林水産省、GFP、JETROなどが主催するセミナーに参加し、実際に輸出を手掛けている商社との商談や取り組みを通じて、当協議会でも知見とノウハウの蓄積を行っている。この取り組みを継続して取り組む。

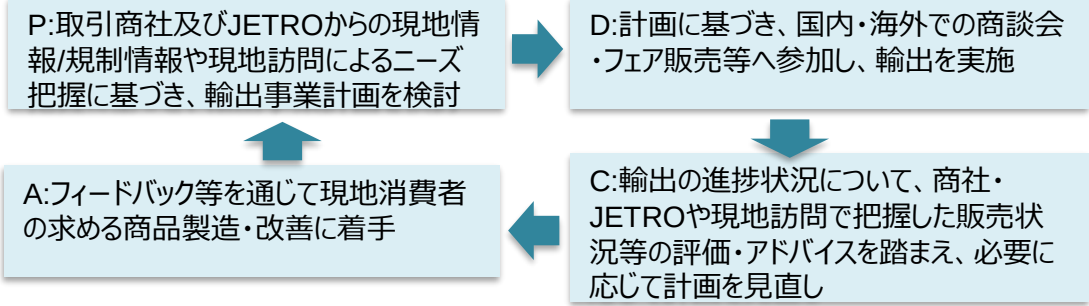
輸出事業計画

※申請者名：EKIBEN WORLD TEAM 品目：冷凍米飯

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



【PDCA実施体制】



4. 輸出目標額

対象品目：冷凍米飯		現状 (令和5年度)	目標年 (令和9年度)
全国	輸出額（千円）	0	162,000
	輸出量（kg）	0	44,700
	輸出先国	-	スイス