

輸出事業計画

※申請者名：株式会社エイワ、品目：マシュマロ

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 1957年に創業し、60年以上にわたりマシュマロ製造を中心に事業を展開している。長野県安曇野市に本社と工場を構え、北アルプスの伏流水や澄んだ空気といった自然環境を活かして製品を生産している。この環境は、品質の高い食品製造に適しており、エイワの製品の信頼性と高品質を支える重要な要素となっている。
- これまでの輸出取組として、アメリカ市場への本格的な進出を1985年頃から始まる。当初は日系商社を通じて輸出を行っていた。現地での認知度向上とマーケティングの必要性を感じ、2002年に現地法人「EIWA AMERICA, INC.」を設立し、徐々に一般菓子コーナーでの販売を実現した。2007年には中国浙江省杭州市に愛億華（杭州）食品有限公司を設立し、中国国内はもとよりアジア・北米・南米へのマシュマロ普及の強化取り組みを進めてきている。欧米・北米・南米へはエイワアメリカを通じた販売を行い、パートナー企業との連携により、アジア各国・オセアニアへと輸出を推進している。
- 国内の注文も増加傾向にあり、現在のラインでは生産数の限界は目前まできている。中国、米国にマシュマロ製造工場を建設予定だが、現工場が主要工場であることに変わりはなく、製造ラインの新設を計画している。

【課題】

- 【製造】現在、輸出品と国内流通品を同一ラインで切り替え製造しているため、コンタミネーション、誤使用による規制逸脱リスクが高い状況が発生する。切り替え製造によるリスクを回避できる独立ラインの設置を行う必要がある。
- 【物流】海上コンテナの不足により、輸出向け製品の国内での滞留が発生している。円安の影響および航路の変更で物流費は上昇傾向にあり、利益を圧迫している。
- 【販売】各国のマシュマロ市場は異なる特徴を持ち、米国では焼いて食べる文化に合わせた商品展開が必要であり、韓国では既存市場との競争が課題となる。香港と台湾では販路の確保が遅れているものの、砂糖菓子の輸出が増加しているため、現地商社と連携し消費動向の情報収集を強化する必要がある。シンガポールでは欧米型の食品表示規制導入の可能性や小売市場の寡占状況に対応するため、大手流通企業との関係構築と新たな販売ルートの開拓が求められる。

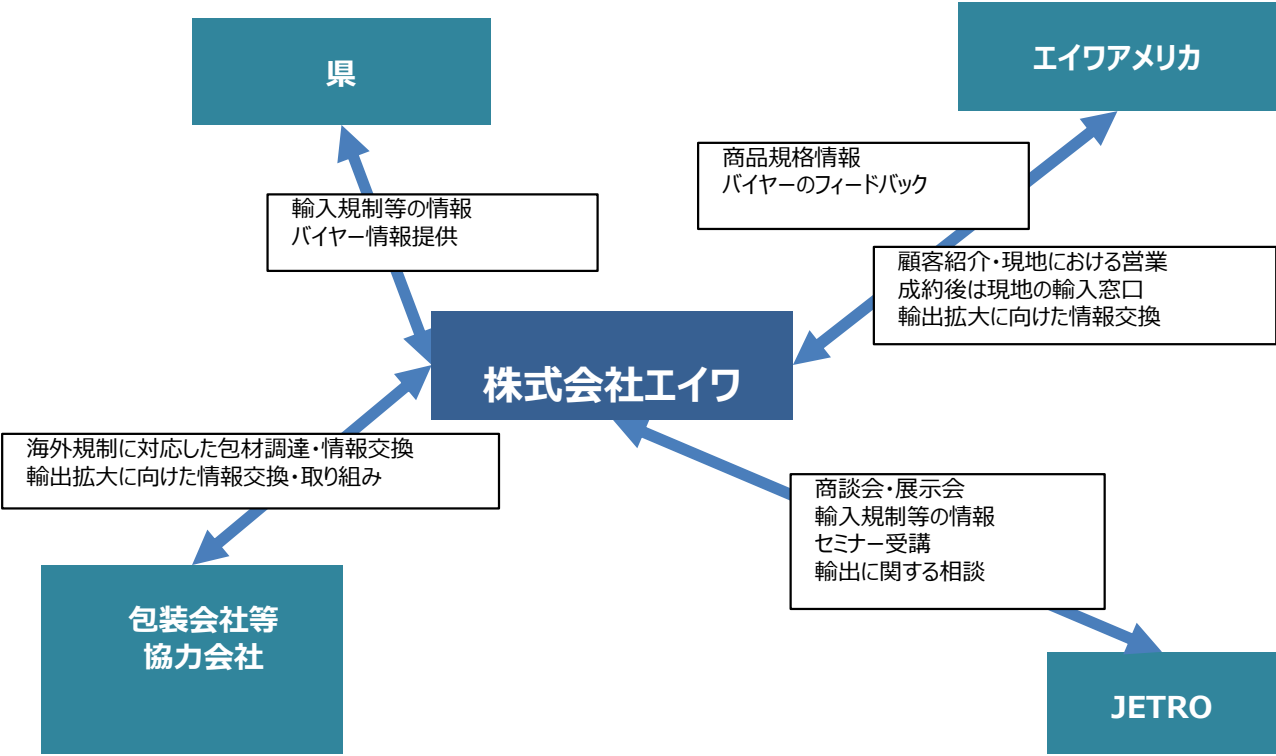
2. 輸出事業計画の取組内容

- 【製造】。添加物やアレルゲンのコンタミネーション防止と安全性向上のため、2025年度に国のHACCPハード事業の支援を活用し輸出専用製造ラインを増設し、商品の信頼性確保のため、2026年9月を目処にFSSC22000認証を取得する。
- 【物流】現状を維持しつつ、コンテナの確保と生産計画を柔軟にし、国内での在庫の滞留を抑制し、経費を削減する。今回増築する輸出向け新ラインの導入で、生産性も向上させ、生産コストを下げることで物流コストの上昇を相殺し、価格競争でのパフォーマンスを上げる。
- 【販売】米国では焼いて食べる文化に合わせた商品を、韓国では和素材を取り入れた商品を開発・投入し、台湾では商社と連携して消費動向を把握しながら販路拡大を進める。シンガポールでは規制強化に対応できるよう情報収集体制を強化する。さらにラインの増設により製造コスト削減と安定した製造計画を実現し、価格競争に対応できる体制を構築する。

輸出事業計画

※申請者名：株式会社エイワ、品目：マシュマロ

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

事業者名	現状の輸出額			目標年度における輸出額	
	品目	輸出先国	輸出額	輸出先国	輸出額
株式会社エイワ	マシュマロ	アメリカ	135,452	アメリカ	331,785
		韓国	52,424	韓国	58,419
		香港	10,294	香港	12,695
		台湾	2,059	台湾	7,156
		シンガポール	7,402	シンガポール	7,687
		合計	207,824	合計	417,743