

輸出事業計画

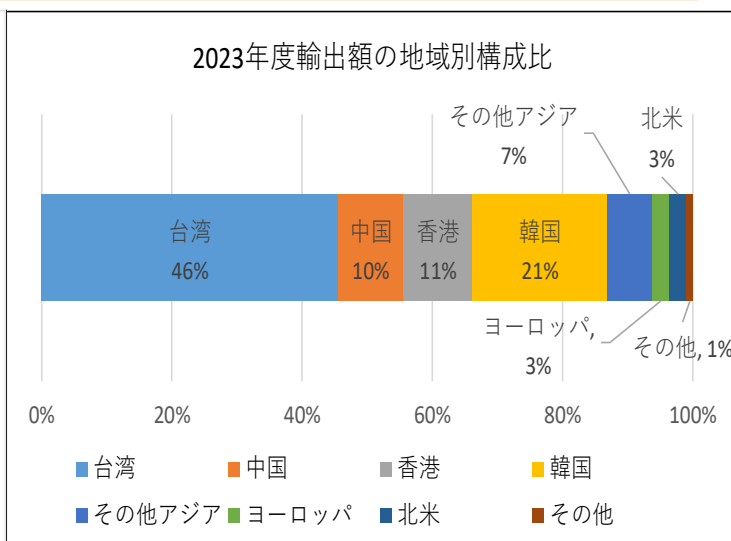
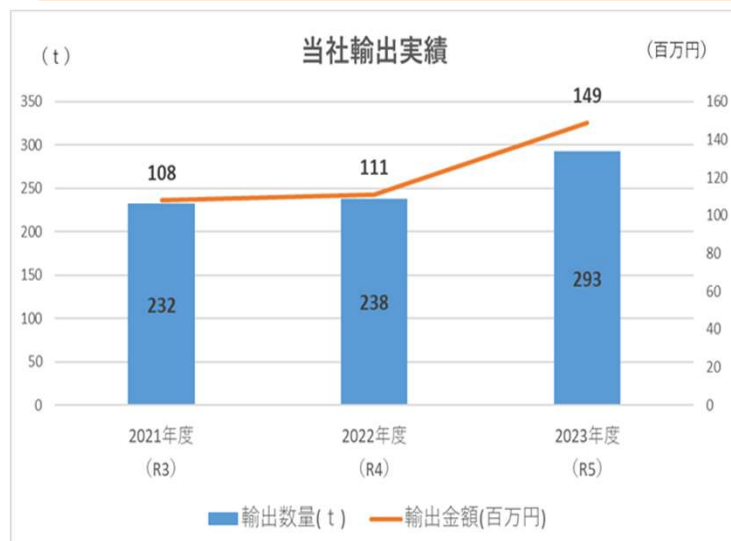
※申請者名：石丸製麺株式会社 品目：麺類（麦加工品）

1. 輸出における現状と課題

2002年のコストコ台湾向け販売を手始めに、食品商社を通じた間接輸出を行い、海外の日系スーパーを中心に東アジアからEU、米国などへの販路を拡大してきた。その中でも香港・台湾・中国などの近隣アジア諸国では現地スーパーにて讃岐うどんの紹介と石丸ブランド構築のため地道な実演販売活動を実施。結果、現在年間1億円超の販売実績となったが、今後、国内市場の大幅拡大が見込めない中、更なる輸出拡大を目指す必要がある。

課題として、輸出先が近隣の東アジア地区に偏っているため、その他アジア地域や欧米各国への販売拡大が必要だが、現地の質販店やコストコなど大型量販店への対応が依然不十分である。また、乾麺うどんの賞味期間は1年半であるのに対し、催事販売で人気の高い半生麺の賞味期間は90日と短く、香港や台湾の一部の高級スーパー、一部うどん専門店(外食)でしか取り扱えない状況のため、半生麺の輸出は極めて限定的であり、賞味期間の大幅延長が必要。

さらに今後、乾麺を中心に米国大型スーパーなどの海外販売が急速に進展した場合には、既存工場の生産能力では限界があることも今後の課題といえる。



2. 輸出事業計画の取組内容

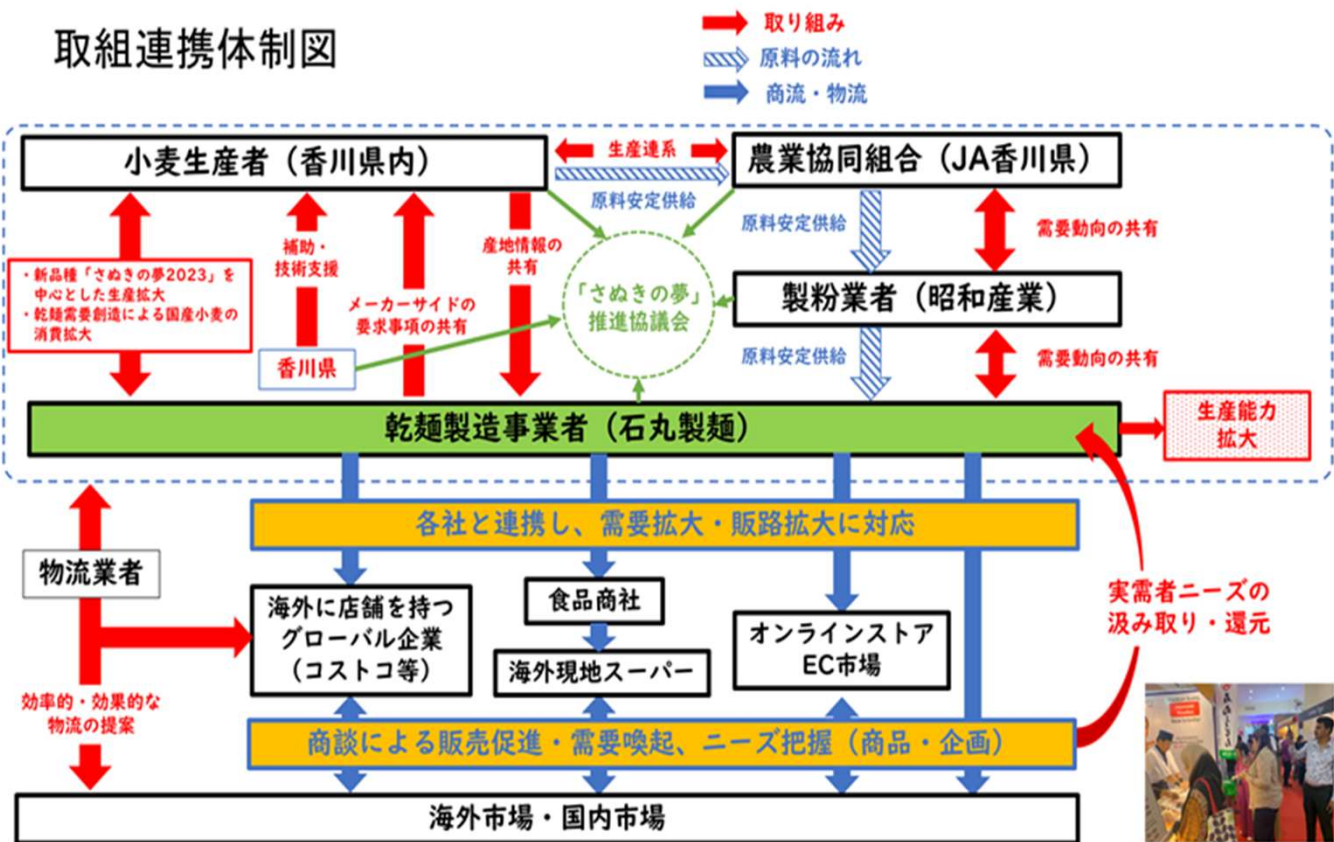
- ◆ JETROや食品商社等の市場情報の収集や海外での商談会参加等により有力な現地販売店やインポーターを開拓。
- ◆ 県産小麦「さぬきの夢」の持続的な消費体制を構築するため、JA香川県及び製粉メーカー等と生産から商品開発・販売までの一貫した戦略を立案し、需要拡大を推進。
- ◆ 物流や既存販売ルートの見直し、新規開拓を実施し、讃岐うどんをはじめとする乾麺商品に加え、半生麺の認知拡大を図る。
- ◆ 半生麺の賞味期間延長のため、香川大学農学部との共同研究により、現行製品の経時変化の要因やメカニズムを分析・解明するほか、長期保管可能な半生麺の研究・開発を継続。
- ◆ 半生麺の生産量をアップさせる場合、新たに包装機および箱詰機（ケーサー）、パレタイザーの追加導入を検討する。
- ◆ 海外における米国系大型スーパー等への販路拡大を見据えて、新たに大型工場を新設する。

輸出事業計画

※申請者名：石丸製麺株式会社 品目：麺類（麦加工品）

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

取組連携体制図



4. 輸出目標額

目標年度の輸出額（令和10年度）453百万円－現状の輸出額（令和4年度）111百万円 ＝ 差額（輸出額増加）342百万円

年度	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
輸出額 (百万円)	111	149	156	163	233	366	453

現在、乾麺の海外販売額は1億11百万円と、全体売上高25億40百万円の約4%程度であるが、今後は、北米やヨーロッパ等への海外販売シェアをさらに高め、4億53百万円（全体売上高の約11%）を目標とする。