

# 輸出事業計画

## ※申請者名：株式会社ギンビス、品目：菓子

### 1. 輸出における現状と課題

- ・ ギンビスは1930年創業以来一貫して高品質の商品の創造・製造を目指しており国内市場で存在感を示してきた。
- ・ 一方で輸出開始も1970年代から行ってきたが、日本国内市場に比べると世界での知名度はまだこれから、と言える。今後の有望な海外市場にさらに攻め込んでいくためにも輸出の取組を強化していきたいと考える。
- ・ 日本からは約20か国以上に輸出しており、大きな市場としては、アメリカ、南洋諸島（グアム、サイパン等）、香港、台湾、シンガポール、タイ等
- ・ 現在工場数は世界で2つ。日本では茨城の古河市（1968年設立）に、中国では汕頭市（1998年設立）にそれぞれ所有する。中国ではたべっ子どうぶつのみを製造している。
- ・ 主な輸出品は、アスパラガスビスケット各種・たべっ子どうぶつビスケット各種・しみチョココーン各種・他（枝豆スナック、GINZA RUSK等）である。

#### 【課題】

- ・ 【製造：米国】現地の原料規制に対応しようとすると、国内品と原料をわけて購買、管理する必要がありコストアップが生じるため、対応できていない。日本語パッケージの商品では日系アジア系への販売に留まっており、販路に限られる。現地のローカルスーパーでは、輸入食材の棚を除いて英語PKGが最低限の要件となる。日本語PKGはローカル棚に置かれていない。最大の売上が期待できる米系スーパーを攻略するには完全にローカライズした英語PKG商品を開発する必要がある。
- ・ 【物流：米国】菓子という商品特性上、商品辺りの利益率、海上輸送効率が低く、商社、ディストリビューターにとって、取扱いの優先順位は低い。そのため、米系小売への商品導入を達成するためには、日系の輸入商社、ディストリビューターだけに頼らず、更なる取引先の開拓が必要である。
- ・ 【販売：米国】他アジア系メーカーの攻勢が激しく、昨今では特に韓国勢が強い。アメリカのCostcoでは日本的な商品、例えば豚骨ラーメンやうどん、煎餅等のカテゴリーで韓国製のものが高く売られているが、韓国製の味における優位性はなく、価格の面で負けていると思われる。今後菓子含め様々なカテゴリーにおいて、このままでは他アジア勢に価格及びシェアで負ける可能性は大いにある。
- ・ 【製造：アジア】原料規制（PHO）の油脂規制（タイ、シンガポール、台湾）のため日本国内に比べて販売できるSKU数が少ない事。
- ・ 【販売：アジア】効果的なプロモーションを継続的に実施できておらず、他アジアメーカーとの差別化ができていない。

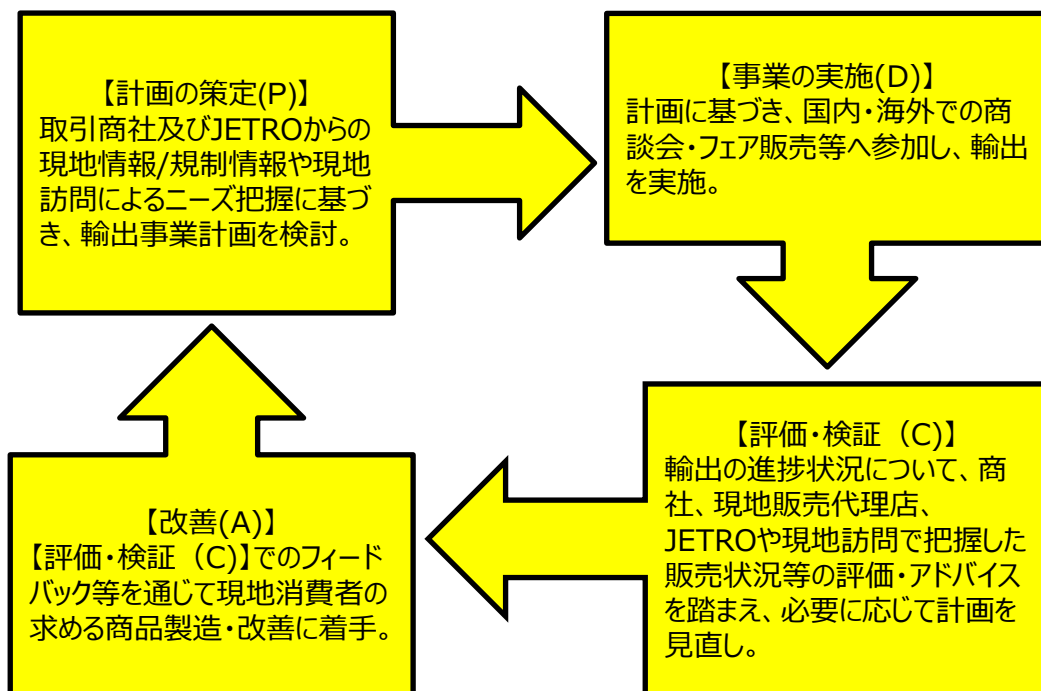
### 2. 輸出事業計画の取組内容

- ・ 【製造】コスト範囲内での輸出可能原料の選定。国内原料との共通化を試みる
- ・ 【製造】販売国に合わせたパッケージの開発、購買
- ・ 【製造】アジア向けのNonPHO製造が出来るための原料調達
- ・ 【物流】原料コスト等の上昇を吸収する為に、出来るだけマージンを低く抑えられる流通（輸出商社、輸入商社）を常に探す
- ・ 【販売】アメリカ市場における価格競争力及びシェアの獲得
- ・ 【販売】アジア市場でのプロモーション実施による他メーカーとの差別化
- ・ 【販売】令和4年度については「令和3年度補正 加工食品輸出産地確立緊急対策」を活用し、上記の販売取組内容2点における具体的な施策として以下9事業（包材については製造における取組内容の一つ）を実施し、輸出拡大に取り組む
  - アメリカ専用商品包材を製造（印刷）
  - アメリカ向け商品の販促プロモーション（アメリカ東海岸）
  - シンガポールでのマネキンを使用したサンプリングイベント
  - タイ市場におけるギンビスブランドの認知度向上・販促活動強化
  - マレーシアでの日本製品に対する信頼を活用したプロモーション
  - 韓国的高级百貨店での試食プロモーション
  - 香港小売店店頭での露出度の向上
  - 台湾政府の輸入措置撤廃による台湾における市場拡大
  - 東南アジア向けカタログ制作

# 輸出事業計画

※申請者名：株式会社ギンビス、品目：菓子

## 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

|       | 【現状】<br>(令和3年度)                       | 【目標】<br>(令和7年度)                       |
|-------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 輸出額   | 「A」とする                                | 「A」の約330%                             |
| 主な輸出先 | アメリカ、シンガポ<br>ール、タイ、マレーシア、<br>韓国、香港、台湾 | アメリカ、シンガポ<br>ール、タイ、マレーシア、<br>韓国、香港、台湾 |

- ・ ビスケット、チョコレートスナックを特にアメリカ、香港、韓国、台湾への攻略を重点的に取り組む。