

1. 輸出における現状と課題

<現状>

2012年にシンガポールAVA（農食品獣医庁）より採卵鶏農場の認定を受け、高級スーパーやレストラン向けの販売活動を実施し、輸出を開始。

定期的な出張店頭プロモーション（サンプル試食や玉子焼きの実演販売）を実施し、マーケットインアプローチで消費者にアピール。

生産者＝販売者＝輸出者の3業者が一体となりコスト・時間・労力の低減を図り、さらにエンドユーザーへ直接サービスアプローチすることで、商品の反応・ニーズの把握を踏まえた現場へのフィードバックにより「求められる商品づくり」に役立ててきた。

また、「すき焼き」「玉子焼き」などのインバウンド消費により、帰国後も「本物（ホンモノ）の日本の味」を求め、日本産たまごに対する関心が高まっている。

<課題>

現地での需要拡大のためには、日本産たまごPR活動の継続や、新規販売先及び新たな業務用需要を開拓していくことが必要。

同時に、認定農場からの輸出となるため、安定供給の実現には生産規模の拡大が急務となっている。



店頭プロモーション「玉子焼き」実演販売

2. 輸出事業計画の取組内容

これまで3業者が一体となり、輸出手配から現地販売店先までの商流を構築し、定期的なプロモーションを繰り返し、日本産たまごの魅力・品質の高さを直接マーケットインで訴求。



EGG
から
TAMAGO
へ

店頭での商品動画(右)
リーフレット(左)



・令和3年度以降、補助事業を活用して店頭試食プロモーションや、新たなアプローチ先へのPRを実施し現地での需要喚起及び全体的な輸出拡大を図る。

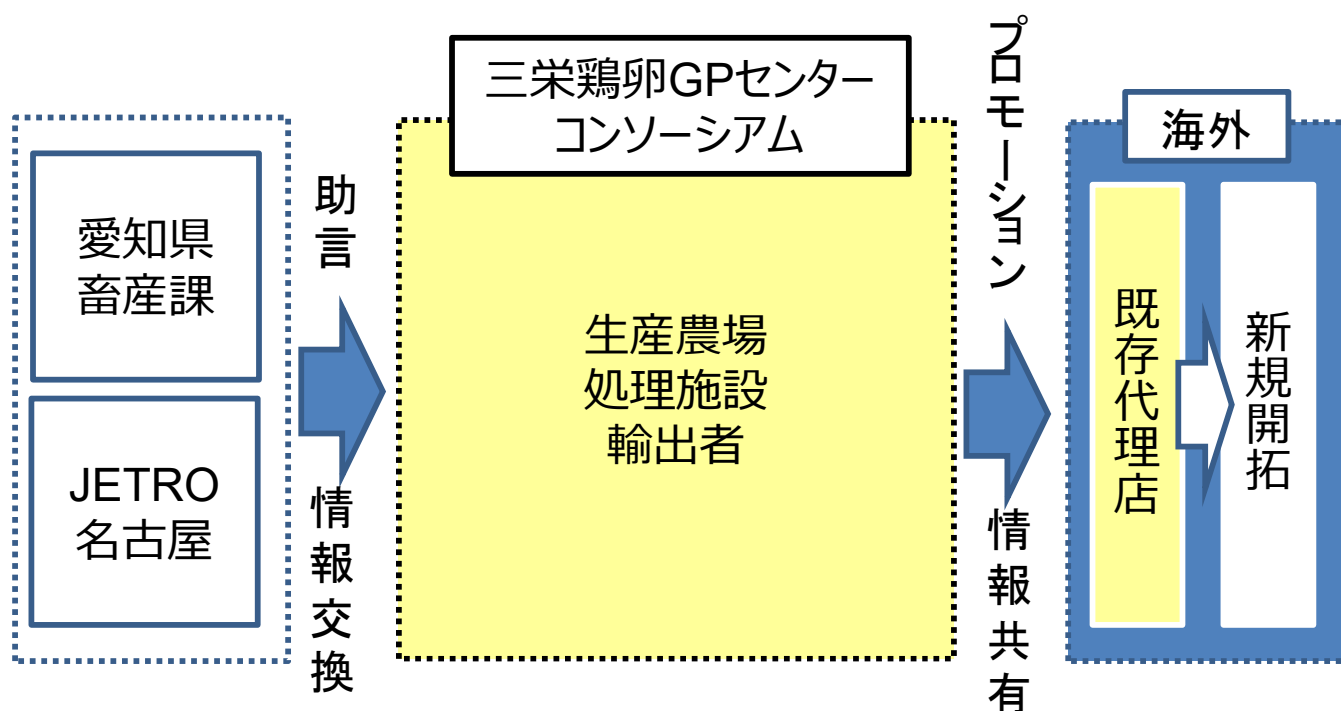
また、業務用需要の拡大に向けて、現地で開催される日本食に特化した食品展示会にも出展予定。

・令和4年度に補助事業を活用し、農場設備の刷新や農場規模の拡大を図った。

輸出事業計画

※申請者名：三栄鶏卵GPセンターコンソーシアム、品目：鶏卵

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



- ・生産農場、処理施設、輸出者と立場を越えて、ともに海外代理店様と連携し、自らがプロモーション活動に携わり、売上拡大をめざす。
- ・愛知県畜産課を通じて、売上拡大に向けての補助事業紹介や施策支援のアドバイスをいただく。
- ・JETRO様には、輸出に関するさまざまな情報提供いただき売上拡大をめざす。

4. 輸出目標額

