

団体の概要

概要及び設立時期

全日本菓子輸出促進協議会 (TACOM) は、輸出に取り組む菓子メーカー等で構成される協議会。全日本菓子輸出工業協同組合連合会 (昭和34年設立) を母体に平成29年1月16日に設立。

目的

国内で生産された菓子類の輸出を促進し、国内菓子産業の振興・発展に寄与するため、

- ① 菓子類の輸出に関する国内外の情報収集及び調査研究
- ② 輸出促進に必要なセミナー、講習会の開催
- ③ 海外で開催される展示会、見本市等への出展及び商談会の開催等を実施する。

代表者

代表理事 小高愛二郎

会員

(株) 天乃屋、(株) エイワ、江崎グリコ (株)、(株) ギンビス、
(株) ちぼりホールディングス、(株) ブルボン、丸京製菓 (株)、(株) 明治、
森永製菓 (株)、有楽製菓 (株)、(株) ロッテ、日本チョコレート・ココア協会、
全国ビスケット協会 他

全48会員※

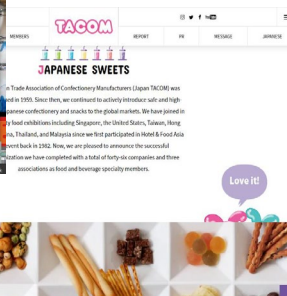
※令和5年12月7日時点

主な取組

- ・ 海外の展示会等に会員企業を取りまとめて出展 (米国、東南アジア、香港など累計10 カ国地域で50回以上出展)
- ・ 複雑な海外の規制に対し、会員企業とともに対応を検討、実証等を実施
- ・ 大規模な日本菓子のPR、アンテナショップ設置による現地消費者調査等を実施
- ・ 英文HPを作成し、海外消費者に日本の菓子の魅力を発信



Winter Fancy Food Show (米国サンフランシスコ)
に出展した時の様子



TACOM英文HP

一般社団法人 全日本菓子輸出促進協議会 (TACOM)

(ALL JAPAN TRADE ASSOCIATION OF CONFECTIONERY MANUFACTURERS)

米国における取組事例

米国において、会員企業を取りまとめアジア系小売店に留まらず、メインストリーム（現地系大手小売店など）への進出に向けた様々なアプローチを実施

商品の現地化

従来の日本向けパッケージやHPを、米国向けに対応させるため、現地の栄養表示などの規制、効果的なデザインなどの情報収集、対応方法の検討、企画等を会員企業とともに実施



現地向け栄養表示を記載したパッケージ（左）
米国になじみの無い菓子を紹介するHP（右）

展示会への出展

現地のSweets & Snacks Expo、Fancy Food Showなどへ出展し、バイヤーと商談

アンテナショップなどでの消費者調査

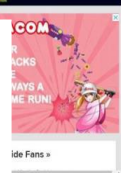
現地アンテナショップの設置や現地菓子店でのアンケートなどにより、商品の味やパッケージ等への反応や嗜好を調査するとともに、日本の菓子をPR



Sweets & Snack Expoへの出展（左）
現地菓子店での消費者調査（右）

プロスポーツ会場でのPR

現地での認知度、信頼性向上のため、大リーグやプロアイスホッケー会場などでのPRを実施



大リーグHP上の広告（右上）
球場イベント（左下）

活動成果（一例）

会員企業が現地コストコとの契約を成立させ、販売量を伸ばす等、米国での販路開拓・拡大を実現



現地コストコに並ぶ商品

（TACOMからの聞き取り等を基に農林水産省が作成）