

TERIYAKI BBQ SAUCE



MIYAKOJIMA

企業概要 (島唐食品)

地域食材掘り起こしから地域活性化

地元の食材活用

かつお節・シークワーサー・島唐辛子・黒糖など沖縄の食材を使用して加工販売を行う

ホテルのPB商品の製造

業務用惣菜やお土産などの製造により
地域の雇用を創出

からあげグランプリ5年連続金賞受賞

島で採れる青パパイヤを使用した唐揚げ
島内で唐揚げ専門店を営業

地元の食材活用

米国を始めに、台湾・シンガポール・中国等に輸出 現在EU輸出に向け調整中



商品（節照たれ）の輸出特徴

海外輸出の発想

米国から逆輸入 した調味料

調味料を開発したが、継続的に売るためのブランディングが必要
自社は「ブランド力を持つための輸出」を目標にし、ターゲットを米国に
絞り、輸出に取り組む

マーケットインの発想に基づいた商品開発

現地 ニーズへの対応

アメリカでのヘルシー志向の高まりより、**脂肪0%**でありながら、
コク・旨味を十分に感じられる商品を開発

現地の利用シーン にあわせたPR

基本調理に対して簡単であることが求められるため、簡単に日本料
理が作れるという事、旨味のあるテリヤキソースの2点をPR
台湾向け輸出時も**肉とセットで販売**する等、利用シーンでPR

生産ストーリー による訴求

自然豊かな“地元宮古島産”的素材にこだわり、**生産者の想い・ス
トーリーで訴求**
「離島フェア2021」にて「優良特産品」優秀賞受賞



輸出取組の流れ

島唐食品の歩み

- 2012年 宮古島にからあげ屋の島唐を立上げ
- 2013年 からあげグランプリ金賞(5年連続)
- 2018年 節照たれの本格的な製造を始める
ブランディング開始
- 2019年 JETROハンズオン支援決定
- 2020年 BSフジ輸出拡大支援事業にて採択
- 2020年 上記事業にて米国へのECサンプル輸出成功
- 2021年 上記事業の第2段ニューヨーク日系スーパー
2社にテスト輸出、現地アンケートも行う
台湾ECサイト(ライブコマース)で販売 米国商標取得
- 2022年 米国販売商社2社と契約
4月島唐食品合同会社設立 沖縄県特産品優秀賞受賞
ポートランド日本食レストランで使用
- 2023年 中国ECサイトで販売 沖縄大交易会出展
Food Japan singapore展示会出展 台湾マーケティング
- 2024年 EU向け商品開発 ラスベガスWFS展示会出展



輸出取組の流れ

輸出経験0からの取組み

市内の公共機関への問合せから始まるが、続いて県の機関へ問い合わせるが相手にされない他県の貿易機関に相談し輸出セミナーや相談を開始

そこから沖縄JETROに繋がり、農水省、GFP、輸出協会等に支援してもらい輸出に係るものを1つ1つクリアし2年目で米国(NY)へのテスト輸出に繋がる その後、コロナ過オンラインでの商談、その後国内外の展示会にて商談、少しづつ輸出を拡大している

輸出資料・許可・規制

輸出に係る資料、企画書や規制などについてはGFP輸出塾の中でアウトプット

現地調査や食品分析等はJETROなどを活用し、貿易実務や米国商標等は農水の補助金を活用して取得。

現在企画書などは社員に外国人を採用し資料の作り込みを行う。



商品分析



PCQI認証

United States of America
United States Patent and Trademark Office

BUSHITERITARE

Reg. No. 6,466,770
Toshiba Electronics (America) Inc.
2229 5th Street, Suite 1000
Santa Clara, CA 95051
U.S.A.
Int. Cl. 36
Trademark
Principal Register

CLASS 36: Stores; Secondhand car dealers; Garage service; Shipping services; Sales agents; Importers; Agents; Auctioneers; Auction houses; Advertising services; Merchandise distribution; Merchandise distribution services; Merchandise distribution business; FIRST USE 2-20-2004; IN COMMERCE 12-1-2007
THE MARK CONSISTS OF STANDARD CHARACTERS WITHOUT CLAIM TO ANY PARTICULAR FONT STYLING, SIZE OR COLOR
SER. NO. 86-30709, FILED 1-20-02



米国商標



島唐食品の歩み

米国輸出に向け、HACCP等の食品安全に関する規則や対応事項・注意点を明らかにするために、GFPビジネスパートナーマッチングを行う HACCPに関する補助金活用や申請についてのアドバイスを受けるため、現在GFPレベルUPコースを受講中、この中では企業間のマッチングも行い、新たな展開など視野に入れることができ、問題点の確認もできた、JETROのスポット支援なども使用して輸出に係る各国の規制や現状をその都度確認していく

輸出取組の流れ



マッチングの様子

生産施設の整備



第二キッチン建設現場

生産体制を整備していくため、FSMS対応を考え自身でPCQI（予防管理適格者）を取得、HACCP講座を受講しFDA施設認証を取得し、HACCP Plan(食品安全計画)を作成している 現在、生産設備拡大の為「第2キッチン」を建設中、離島での施設整備はかなり大変で建築コスト、機器の輸送費、建築レベルは想像以上、大手企業の場合、補助金取得の人員を作ることが出来るが、小規模事業者は、その為だけの人員確保は出来なく経営者が全ての申請に係ることになり、作業量は相当なものになり疲弊してしまう



輸出取組の流れ

GFP沖縄輸出商社マッチングの活用

GFP商社マッチングで株式会社萌す様より米国ポートランドの和食レストランへの納品やハワイ展示会等での販売を継続中シンガポールのFood JapanではGFPレベルUPコース同班の一正蒲鉾様と情報共有等が出来、現地では新しい感覚の調味料として受け入れられました食品は現地展示会で食べてもらうという事が、とても重要で、そこで情報収集が貴重



ポートランド和食レストラン



シンガポール展示会

JETROショールーム活用

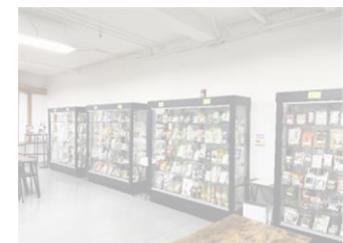
JETRO海外事務所にあるサンプルショールームを活用し、商談先を見つけて頂くことが出来るサービスを利用し、米国内商社やバイヤーなどを紹介して頂き、新たな商社との取引を開始海外展示会のJETROブースを利用し、ラスベガスの展示会に出展、現地での知名度を上げる施策を継続して行っている



NY アニメフェス



Winter Fancy LSV



JETRO LA
サンプルショールーム



輸出取組の流れ



新商品開発

地域とのつながり

事業者マッチング

ブランド認知向上・商品改良

ブランド力

ブランドの統一化
画一的なデザイン

商品力

手に取りやすいデザインに変更
プラスチック素材からリサイクル
素材に変更

訴求力

広告の見直し訴求ポイントの変更

少人数でやってきた島唐食品は、生産と営業の一部に特化して業務を行ってきたため、今後は商品のブラッシュアップ・消費者目線・新たな訴求効果を考えるため、人員体制の拡充・専門家との交流を行い新たな島唐食品を作っていきます

どんな料理にも使える日本のマヨネーズ

ご清聴ありがとうございました

