

単一品目の輸出拡大協議会立上による 輸出拡大に向けた取組

播州乾麺輸出拡大協議会/東亜食品工業株式会社

井上 位一郎

播州乾麺輸出拡大協議会/兵庫県乾麺協同組合

阪本 一

企業概要（東亜食品工業株式会社）

輸出に早くから着手し、現在は米国中心に30以上の国・地域に輸出実績を保有し、海外販売比率は15%以上。

米国中心に30以上の国・地域に輸出実績



- 日本一の乾麺生産地である兵庫県播州地方で乾麺の製造販売を実施
- 商社経由で1970年頃から米西海岸の日系小売店に素麺・うどんを販売
- 海外輸出に積極的に取り組み、現在の海外販売比率は15%超
- FSSC22000認証、ハラール・コーシャ認証取得や、グルテンフリー対応等による海外の“マーケットイン”対応も進める

輸出の背景 ~乾麺業界に関して

国内で消費量が低下し、海外市場では中国やアジア各国商品との価格競争が激化するが、円安を背景に現在は輸出の好機。

- 乾麺は日本全国で生産され、近年では消費量の低下や価格競争の激化で国内の販売環境が厳しくなっている
- 常温保存可能・賞味期間も長く、早くから海外輸出が盛んに行われていた一方で、近年、海外市場においても中国やアジア各国の乾麺商品との価格競争が激化している
- 国内では、小麦や包材等の原料価格高騰を販売価格に転嫁することが困難。円安が追い風となる今こそ、輸出のチャンスであり、取り組み強化すべきタイミングと考えている

播州乾麺輸出拡大協議会について

国内消費縮小を背景に、「播州ブランド」の確立・輸出拡大を目的とした、産地事業者が一体となった協議会を立ち上げ。

播州乾麺輸出促進協議会



- 国内消費縮小を背景に、日本の麺需要の高まる海外向けに「播州ブランド」を確立し、輸出拡大を行うため、産地事業者が一体となった協議会を2021年5月立ち上げ
- 兵庫県乾麺協同組合の機械製乾麺輸出部会所属の9社と、「揖保の糸」の兵庫県手延素麺協同組合の計10事業者で構成
- 「播州ブランド」の認知拡大のため、多言語化HPの構築やSNS活用等のプロモーション活動や、展示会出展・商談会参加等に共同で取り組む

協議会設立の要諦

同一産地・同一品目の事業者が手を取り、共通目標に向けて、個社では対応に限りがある情報収集・プロモーション・輸出販路開拓等を協業して行っている。



同一産地・同一品目による団体設立のメリット

- 地域内の同業者は競合相手であるが、**播州乾麺のブランド確立・輸出拡大**という**共通した目標**に向け、共同取組を実施
- 中小企業が多い乾麺業界において、**個社では対応が困難な情報収集、プロモーション、輸出販路開拓**等を共同で実施することが可能となる
 - 事業者共同で輸出に関する情報収集・事業者間での共有
 - 協議会として共通のホームページやSNS、パンフレット等を作成し、播州乾麺全体として認知拡大
 - 複数事業者による海外展示会、商談会への参加の際に、多様な品目を揃えることでバイヤーへの訴求力増加

協議会における取組体制

商品テーマ設定・販路開拓・プロモーションにおける協業をしつつ、企業努力で対応すべき競争領域は個社の活動において切磋琢磨できている。

	生産	流通	販売・プロモーション
協業領域 (団体の活動)	<ul style="list-style-type: none">• 新商品開発の共通テーマを設定<ul style="list-style-type: none">➢ ①本物志向・②健康志向・③食べ方提案・④「播州」ブランド• 各社にて商品開発・販売の検証を行い、結果を協議会内で共有、活用	<ul style="list-style-type: none">• 協議会組合員間の情報交換• GFP・JETRO等の外部機関との連携• 海外バイヤー向け食品展示会へ共同出展<ul style="list-style-type: none">➢ 日本の食品“輸出EXPO”➢ FOOD EX JAPAN➢ FOOD JAPAN (シンガポール)• 共通エリア・ターゲットを選定し、海外バイヤーとの商談会開催<ul style="list-style-type: none">➢ シンガポール、英国の企業	<ul style="list-style-type: none">• 多言語対応の協議会ホームページ・SNS・パンフレットにて情報発信を進める<ul style="list-style-type: none">➢ 産地・事業者・商品紹介や、調理レシピ等を説明• 海外マーケットにおけるテスト販売およびサンプリングを共同実施
競争領域 (個社の活動)	<ul style="list-style-type: none">• 協議会の開発テーマに沿って、各事業者の得意なカテゴリーにおいて独自の視点で商品開発	<ul style="list-style-type: none">• 各社の商流（個別に取引のある輸出商社）を通して販路開拓・各国への輸出	<ul style="list-style-type: none">• 各社の創意工夫で個社ホームページ・SNSによる情報発信<ul style="list-style-type: none">➢ 協議会ホームページ・SNSとリンクさせ、相互に流入増加を狙う

昨年度の取組概要 ～農水省補助事業の活用

補助事業を活用し、多言語化対応HP・SNS等の販促媒体の整備や、新商品開発、海外市場でのテスト販売などの取組を実施。



補助事業を活用した取組

- 多言語化（日本語、英語、中国語）のHP・SNS・パンフレット・リーフレット作成による「播州ブランド」認知拡大
- 新商品のテーマ・ターゲット国・エリアを協議会として設定し、参加事業者において開発
- 海外の輸入業者・ディストリビューター（卸店、小売店）などと連携したテスト販売・サンプリング
- 国内展示会への共同出展・商談実施

現在までの成果※

- **HPアクセス数**：0（HP未作成） → **約3.8万回**（2021.11～2022.9）
- **商談数**：0件（事業開始前） → **約960件**
- **新商品開発数**：約30件 ※個社によるもの

これまでの取組総括

“播州乾麺”の認知拡大は確実に進んでおり、輸出拡大の成果に繋がっていききたい。組織運営や取組上の課題にはPDCAサイクルを回して対応。

現在までの取組成果

- “播州乾麺”の認知拡大から進めており、**成果創出には一定の時間を要する**ため、具体的な輸出額としての大きな成果には繋がっていない状況
- 一方で、海外では、想定以上に**産地×品目PRに対する強い関心**を示していただき、メディアにも取り上げられ、手ごたえを感じている。また、海外のみならず、**国内でも“播州乾麺”の認知拡大**が進んでいる
- 今後は、“播州乾麺”の認知拡大を土台に、具体的な成果として、**輸出額の拡大を実現**していきたい
 - 会員の中には、**2022年度半期（4月～9月）**だけで、**2021年度全体の輸出額を達成した企業**も出てきている

見えてきた課題と対応策

- 協議会設立～補助申請に至るまでゼロからのスタート。**GFP・農水省等へ問い合わせ**ながら、**トライアル&エラーを繰り返**し、取組を推進
- 各企業の取組成果や輸出方針の違いから、**会員間の取組意欲の差**が生じている
 - 輸出経験のない事業者へは、**経験者からのアドバイス**により輸出着手を後押し
 - 協議会全体では距離が近いメリットを生かし、**対面会議機会を作り、意欲・認識を共有**
- 展示・商談方法等、輸出に取り組んで初めて見えてくる改善点について、**PDCAサイクル**を回しながら、**取組計画に反映**のうえ実行している

取組推進におけるポイント

専任事務局の設置により円滑な取組推進を行うとともに、協業/競争領域の明確化や対面定例会議等で、不公平感が生じないように工夫している。

- 加工食品クラスターの取組推進には、**事務局体制の構築**が不可欠
 - 協議会では、**乾麺協同組合が専任の事務局**を務め、各種の**煩雑な手続きを担う**ことで、スムーズな取組推進を図っている
- **協業領域・競争領域の明確化**が重要であり、会員企業間で**不公平感が生じない制度設計**をしておくべき
 - 協議会では、月に1～2回、2時間以上の**対面の定例会議**を開催することで、会員企業間の**認識合わせ・取組に関する議論**を実施
 - 会員企業が等しく取組に関わるよう、**全員が4部会のいずれかにリーダー・サブリーダーとして参加**（海外展示会・国内展示会・販促PR・テスト販売）。各部会の取組は、定例会議で報告する

今年度の取組概要 ~農水省補助事業の活用

補助事業を活用し、海外展示会への出展・海外テスト販売に新規着手しながら、多言語化HP整備等の足元固めを継続実施し、輸出拡大を図る。



補助事業を活用した取組（予定含む）

- 海外展示会（シンガポール）/国内展示会への共同出展・商談会
- 海外の輸入業者・ディストリビューター（卸店、小売店）などと連携した、テスト販売・商品のサンプリング
 - 新規でロンドン・シンガポールで実施し、消費者ニーズを把握、新商品開発・販売に反映
- HP等の多言語化拡大（フランス語、インドネシア語、ベトナム語）
 - パンフレット等にQRコードを付け、HP呼び込み
- 新商品のテーマ・ターゲット国・エリアを協議会として設定し、参加事業者において開発

輸出拡大に向けた協議会の取組方向性

欧州・東南アジアへの直接輸出に向けた販路開拓、GI制度登録・食品安全認証などに取り組み、協議会の統一ブランド商品の実現を目指す。

今後の取組方向性

- 間接輸出をメインとしながら**直接輸出にも着手し、欧州・東南アジア等への小売・外食店向けの販路開拓**を目指す
 - 新型コロナウイルス収束後に、海外現地でマーケットを視察し直接現地のバイヤーと商談を進める
- 将来的には播州乾麺輸出拡大協議会の**統一ブランド商品の実現の確立**
 - 協議会として、播州乾麺全体での**地理的表示(GI)保護制度登録**について積極的な検討
 - 各事業者が**食品安全関連の認証を取得**することで地域としての信頼性を高める。また、ハラル認証等の取得も検討
 - 2020年の協議会の事業者の乾麺輸出実績合計は物量ベースで約1330tであり、2025年には、2020年比約**150%の2,000トンの乾麺輸出が目標**



