

加工食品クラスター分科会（GFP加工食品部会）

**加工食品クラスターにおける  
地域・品目ブランディングの取組ポイント**

クラウン貿易株式会社

**山根 雄介**

# 企業概要（クラウン貿易株式会社）

多くの国に向けて様々な商品を長年輸出してきた実績があり、  
業界の幅広い知見・専門性を有する

## 事業内容

- 1962年創業。神戸に本社を構える**日本食輸出専門商社**
- **アメリカ**を中心に、**世界30か国近く**に**食品輸出**を行う



## 輸出取組

- **国内約600社の生産者**と取引しており、小売用・業務用商品のどちらも取り扱う
- 日系市場だけでなく**非日系市場に対しても販路**を持つのが強み
- また、現地における**物産展やフェアの実施**もサポート
- **日本食材の付加価値**を海外に向けて発信する取組を実践中

# | 本日の講演トピック

## **1. 日本食市場の状況(国内・海外)**

→ 国内外で日本食市場はどのように推移しているのか

## **2. 日本食輸出の現状・課題**

→ 輸出を成功させるにはどのような課題があるのか

## **3. 加工食品クラスター(地域ブランディング)の重要性**

→ 地域ブランディングを成功させるために何が必要か

→ 地域・品目ブランディングの取組事例

## **4. 加工食品クラスターに取り組む上での注意事項**

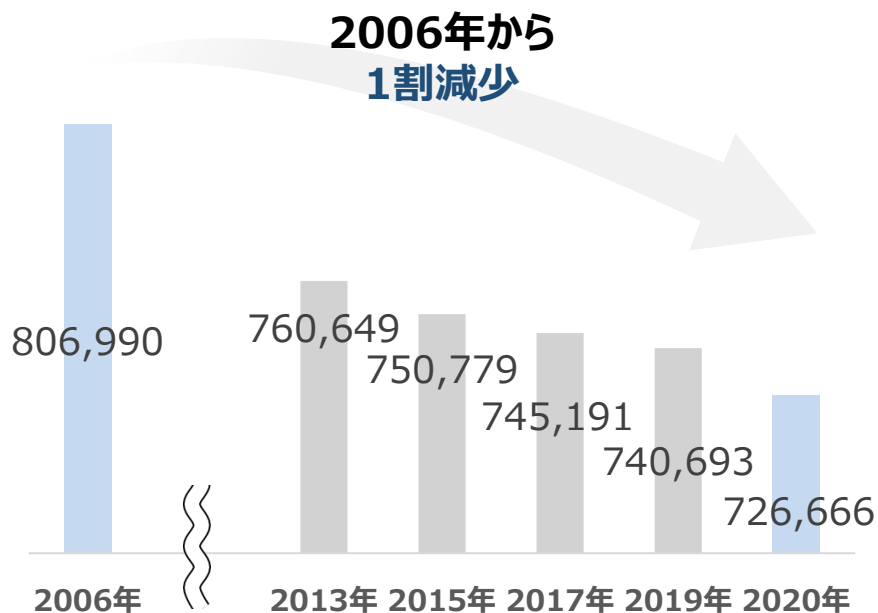
# 日本食市場の状況(国内・海外)

日本国内の飲食店営業施設が減少を続ける中、  
日本食レストラン数の拡大が進む海外市場に注目が集まっている

国内

飲食店営業施設(一般食堂・レストラン等)数の推移

単位：軒

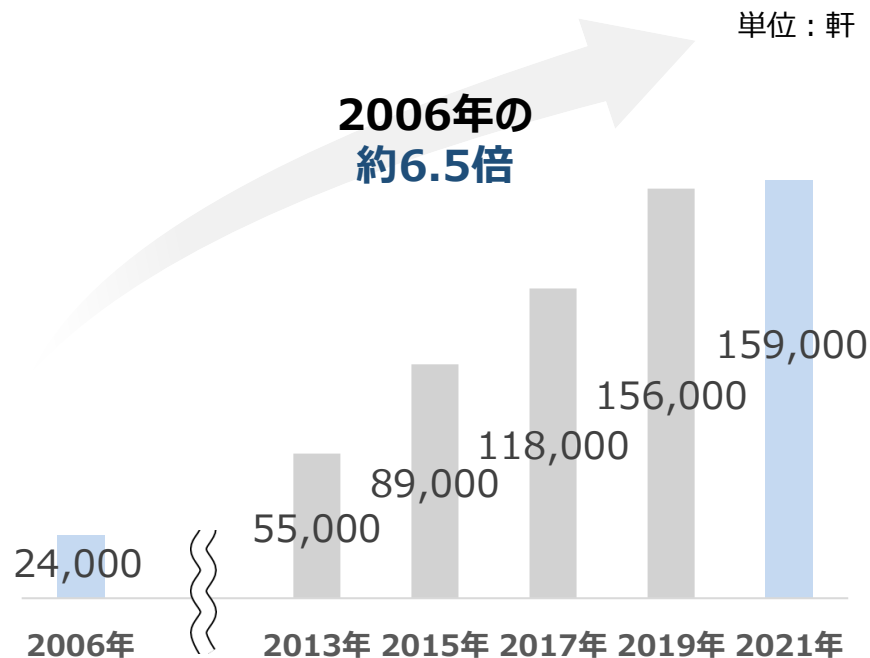


(厚生労働省：衛生行政報告例)

海外

海外日本食レストラン数の変化

単位：軒



(農林水産省：海外における日本食レストラン数の調査結果)

# 日本食輸出の現状・課題

海外日本食市場拡大にあわせて商品供給のグローバル競争が激化しており、改めて日本から輸出する意味が問われている

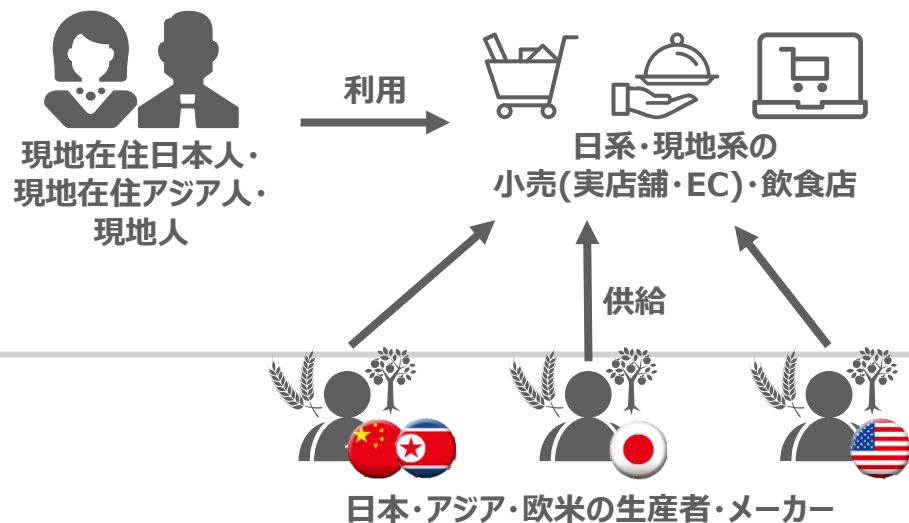
## これまで



市場  
拡大

## 現在

### 海外日本食市場



- 現地在留邦人が市場の中心
- 日系の小売・スーパー等を中心に**日本の生産者・メーカー**が日本食材を供給

- 現地系の消費者にも広く市場が拡大
- 日系を含む小売・スーパー・EC等に対して**世界の生産者・メーカー**が日本食材を供給

# 加工食品クラスター(地域ブランディング)の重要性

商品の品質だけでの差別化が困難になってきている中、企業の想いや地域の魅力などを掛け算したブランド価値創出が必要

(国産)商品



(日系)企業



(日本)地域

- 海外製品の品質も向上しているため、商品の品質だけでの差別化は困難
- 商品の価値に加えて、企業(作り手)の想い、地域の魅力などを掛け算してブランド価値を創出
- 特に地域(産品)の魅力発信は個々にやるよりも全体で取り組む方が効率的

➤ 海外認知が高まると、現地売り場が増えるため、まずは共同ブランディングに注力すべき

(参考) 海外の地域ブランド化の成功例



ナパバレー(米国)×ワイン



パルマ(イタリア)×生ハム



ベルギー×チョコレート

# 地域ブランディングの事例紹介(Umami Insider)

海外に知られていない地域の魅力をきちんと現地語化して  
その想いを届ける努力がブランディングの第一歩



2019年にNYで立ち上げられた日本食情報発信メディア  
ECサイトを併設し、情報発信から商品販売まで一気通貫で行う

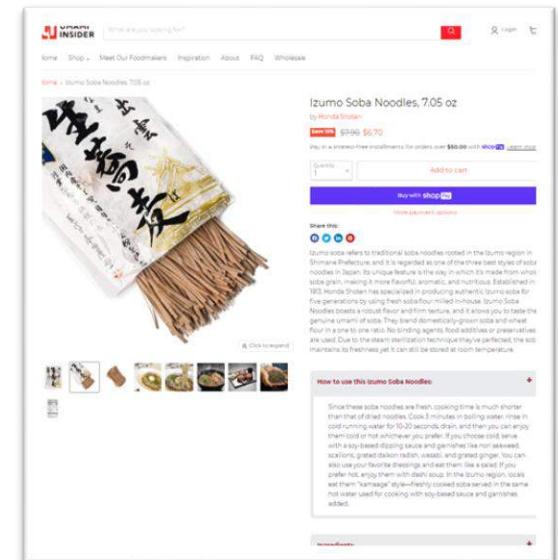
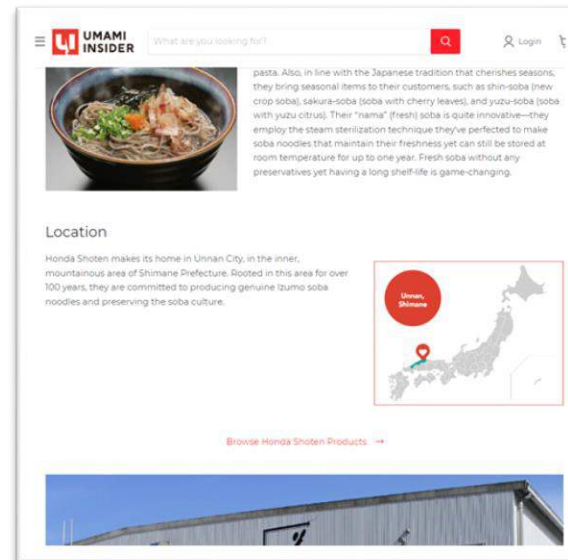
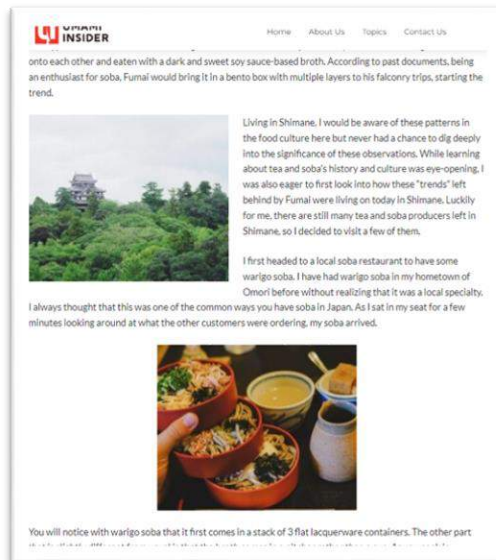
地域紹介(どこで)



企業紹介(誰が)



商品紹介(何を)



- 地域の魅力を海外の日本食ファンに向けて発信
- 各企業のこだわりや想いを紹介するコンテンツを作成
- 商品の詳細、どのような料理に使えるかを詳しく紹介

# 品目ブランディングの事例紹介(Kankitsu Labo)

“日本食”という文脈を離れて、いかに“食材”としての魅力(=利用価値)を感じて貰うかが現地マーケット進出の鍵



2022年に立ち上げられた日本の柑橘を取り扱うブランド  
現地ハイブランドとして日本産柑橘の販路拡大を目指す



Amonetsu Highball

Amonetsu Highball: Amonetsu is a Japanese-style highball made with high-quality citrus juice and a touch of honey. It's a refreshing drink that's perfect for any occasion.



BANDITO SALVATORE

Bandito Salvatore: A refreshing citrus drink made with high-quality citrus juice and a touch of honey. It's a perfect drink for any occasion.



Candied Yuzu Peel Scones

Candied Yuzu Peel Scones: A delicious treat made with high-quality citrus peel and a touch of honey. It's a perfect snack for any occasion.



現地大手スーパー(Whole Foods)の2022年トレンド予測

# 加工食品クラスターに取り組むうえでの注意事項

クラスター取組はまずは力を合わせて市場のパイを広げるべき、  
それが出来れば輸出・インバウンド共に可能性は大きく広がる

## 事業者間の 協力体制構築

- 競争相手は海外であることを認識し、**国内競合先との協調体制構築**が重要
  - 市場のパイを広げる話とパイを奪い合う話は分けて考える

## 生産の中心地 という考え方

- クラスタを“地方”と捉えるのではなく、**生産の“中心地”**と捉える
  - 魅力ある産地を世界に向けて発信し人を呼び込んでくる気構えが大切

## インバウンド施策 との連携

- 商品を海外の方に販売する点で**インバウンド施策と輸出は表と裏**の関係
  - 海外でブランディング出来ればインバウンド誘致にも繋がる

## 国内外の ファン創出

- 輸出の取り組みを行う中で国内外に**クラスターのファン**を生み出していく
  - クラスタ取組に関わる人を増やすことによって情報は更に拡散する

# | 本日の講演まとめ

## 日本食市場 の状況 (国内・海外)

- 日本国内の飲食店営業施設は減少傾向が続いている
  - 一方で海外の日本食レストラン数は増加しており、注目を集めている
- 

## 日本食輸出 の課題

- 海外日本食市場の拡大によって、世界中の生産者・メーカー間の競争が加速
  - 日本から輸出する意味を改めて意識し、ブランド戦略による差別化も必要
- 

## クラスターの 意義

- 商品のこだわり・企業（作り手）の想い、地域の魅力等を掛け算してブランド価値を作ることが重要
  - 地域・産品の魅力発信は個社ではなく全体で取り組む方が効率的
- 

## 取組ポイント

- 競争相手は世界であると認識し、まずは国内事業者で協力しつつ認知向上を図るべき（クラスター取組推進）
- 国内外にクラスターファンを作ること輸出/インバウンド双方の拡大が期待できる