

六社会

水産加工品（味付あかもく、紅ずわいがに加工品等）

基本情報

対象国 シンガポール

輸出額 1,000万円/年

加盟者数 7社

主な販売先 外食、小売

活動地域 鳥取・島根

品目数 複数

希望スキーム 間接/直接輸出

備考 -

日本有数の水産加工拠点である境港を中心とする山陰中海圏の事業者が連携し、輸出拡大を目指す

海外展示会（商談、調理・試食提供）や海外商談プラットフォームへの出展を行うハイブリッド型の取組等により、商品の魅力や品質を訴求し、シンガポール市場における販路開拓・拡大を実現することを目的とする。

団体概要

所在地 鳥取県境港市

設立年 2007年

事業内容 国内外の販路拡大と
持続可能な輸出体制の構築

認証取得 ISO22000：1社、
FSSC22000：1社

生産規模 -

取組の経緯/概要

- ・国内市場において水産物需要の大幅な成長が見込みにくい中、山陰中海圏の水産加工品製造企業が連携し、台湾への展示会に出展。一定の成果を上げることが出来たが、今後の展望や課題が明らかになった。
- ・展示会で得た現地ニーズや各社の輸出実務に関する知識・ノウハウ不足などの課題に対し、リアル展示会・オンライン商談のハイブリッド型による商談機会の創出や、貿易実務講座受講による基礎知識の習得、学習内容の共有化による人材育成を通じて、輸出対応力の底上げを図る。

取組の成果

- ・輸出金額：1,000万円（2025年見込）
- ・展示会成果：バイヤー名刺交換数111枚、商談数26社、成約見込み10社

取組のポイント

日本産水産加工品への高い需要に着目。展示会出展、オンライン商談の活用、人材育成の三位一体で推進し、持続的かつ実効性のある輸出商流の構築を図る。

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

輸出実務に関する知識・
ノウハウの不足

TASK

課題
2

ニーズはあるものの商談機会
の損失

TASK

課題
3

接点を持ちにくい小規模
バイヤー等へのアプローチ

輸出成功のポイント

輸出人材育成のための
講座受講

輸出に不可欠な基本知識を学ぶ
ことで、輸出の仕組み等に対する
理解が深まる

海外展示会への出展

「Food Japan」に合同出展し
現地バイヤーと直接商談

海外向け商談プラット
フォームの活用

業種・業態を問わず幅広いバイ
ヤーへ訴求できる

サプライチェーン別取組

貿易実務基礎講座受講

- 基礎知識の習得後、学習内容を共有することで理解の定着を図る
- 実際の商談に反映、輸出対応力を強化

商品特性の説明と 演出を工夫

- パンフレットの配布、QRコードでプラットフォームへの誘導
- 展示会場で調理・試食を行なうことで、味や品質を直接アピール

プラットフォーム上で 専用ページを開設

- 各商品の特徴等を英語で記載し、現地バイヤーにとって分かりやすい構成に
- レビュー、リクエスト等のフィードバックによる情報収集・分析を行い、改善を図る

販売

今後の輸出拡大に向けて

シンガポールにおける日本産水産加工品の高い需要を再認識するとともに、複数事業者が連携し、チームで輸出に取り組むことの重要性を改めて実感しました。補助事業の支援により、展示会出展、オンライン商談、人材育成を一体的に実施することが可能となり、個社では対応が難しかった商談機会の創出や輸出対応力の底上げにつながりました。今後は、本事業で得られた知見やネットワークを活かし、今まで以上にチーム一丸となって継続的に輸出に取り組むことで、持続的かつ実効性のある輸出商流の構築を目指していきます。