

# 南九州食品輸出協議会

## 漬物

### 基本情報

|        |            |      |                 |      |    |
|--------|------------|------|-----------------|------|----|
| 対象国    | 米国、カナダ他6ヵ国 | 輸出額  | 5,425万円（2024年度） | 加盟者数 | 3社 |
| 主な販売先  | 外食、小売      | 活動地域 | 宮崎県、鹿児島県        | 品目数  | 単一 |
| 希望スキーム | 間接輸出       | 備考   | -               |      |    |

## 南九州の伝統の漬物の海外販路を拡大し、地域文化の継承と地域経済の発展に寄与する

南九州（宮崎・鹿児島）では、大根やぐらで干した寒干し大根を用いた伝統的な漬物文化が根付いている。その漬物製造メーカーが連携して、海外販路の拡大に取り組むことで、地域の食品産業の活性化と農業所得の向上を図る。

### 団体概要

|      |  |
|------|--|
| 所在地  | 宮崎県宮崎市   |
| 設立年  | 2025年  |
| 事業内容 | 国内外展示会への出展、各国規制やニーズへの対応、パンフレット作成、国内商社との連携による商流構築 |
| 認証取得 | -  |
| 生産規模 | -  |



### 取組の経緯 / 概要

- 南九州（宮崎・鹿児島）は、伝統的な大根やぐらによる寒干し大根の産地であり、長年にわたり地場の漬物製造メーカーの原材料調達を支えてきた。しかし、生産者の高齢化や担い手不足により原料生産が減少し、産地の持続性確保が課題となっている。
- 一方で、伝統の漬物は日本食ブームや発酵食品への関心の高まりを背景に、海外バイヤーの要望に応じる形で輸出が徐々に拡大してきた。
- しかし、販促活動等は主にバイヤー任せで十分とは言えず、地域産業の維持・発展のためにも、協議会を組織し、戦略的なPR・販路開拓を通じて輸出拡大に取り組む必要性が高まっている。

### 取組の成果

- 輸出金額：5,425万円（2024年度）→目標 約3億7,981万円（2028年度）
- 商談数：25件/展示会1回あたり

# 取組のポイント

展示会・商談会を通じて、南九州の伝統漬物を訴求し、販路の拡大と商流の構築を目指す

## 輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

輸出実績はあるが、販促や市場情報をバイヤーに依存し、現地市場の理解が不十分

TASK

課題

2

健康志向、日本食ブームを捉えた漬物ニーズへの対応が不十分

TASK

課題

3

南九州の伝統漬物の特長を効果的にプロモーションできておらず、ブランドの認知度向上が必要

## 輸出成功のポイント

### 会員内での知見の共有と課題の検討を図る

定例会を開催し、輸出先国の規制やニーズへの理解を深め、商談内容を共有し、協議会会員で成果や課題を検証する

### 国内外展示会への出展を通じて市場を分析

輸出先国の規制やニーズを把握し、消費者嗜好や規制に基づいた商品の展開・最適化につなげ、商品開発・改良を検討する

### 会員共同で統一したプロモーション活動の実施

会員及び連携する国内商社4社と共同したプロモーション活動、商談でのバイヤーへの訴求等を通じ、ブランドの認知度の向上を図る

# サプライチェーン別取組

## 展示会や商談会を活用し、会員自ら情報収集

- ・輸出先国の市場分析、ニーズの把握を通して、課題解決に向けた知見の底上げを図る
- ・連携商社からの最新の市場動向や成功事例等の情報の共有

## ニーズや規制に対応した商品の展開

- ・連携商社の助言や商談支援を通じて、輸出先国のニーズや規制を踏まえた商品の選定・展開により、競争力強化を図る
- ・ニーズや規制に対応した商品の開発や改良の検討を進める

## 「伝統漬物」のブランドの認知度向上による販路拡大

- ・連携商社と協力したプロモーション戦略、商品と地域の特長をまとめたパンフレットの作成
- ・展示会の商談機会を活かした効果的な販路開拓を進める

## 販売

## 今後の輸出拡大に向けて

- ・展示会や商談会を戦略的に活用し、継続的な取引につながる販路拡大と商流の構築を目指す。
- ・将来的には、現地の企業と長期的なパートナーシップを構築し、安定した商流の確立を目指す。
- ・これにより、地元の漬物製造メーカーとして、雇用創出、産地生産者との連携強化を進め、地域経済に貢献する。