

ハチカン事業協同組合

水産加工品

基本情報

対象国 米国・ノルウェー

輸出額 735万円/年

加盟者数 5社

主な販売先 外食、小売

活動地域 青森県

品目数 単一

希望スキーム 直接/間接輸出

備考 -

米国において輸出実績を作ると共にノルウェー向けの輸出取組にも挑戦

ノルウェーから日本への水産品の輸入は多数あるものの、日本からノルウェーへの輸出実績は少ない。EU-HACCPを取得するとともにノルウェーの規制をクリアし、ノルウェーへの輸出実現を目指す。

団体概要

所在地 青森県八戸市

設立年 1981年

事業内容 缶詰・レトルト・冷凍/冷蔵品等の総合食品製造業

認証取得 EU-HACCP、対米-HACCP、ハラール認証

生産規模 -



取組の経緯/概要

- ・八戸缶詰グループの複数企業で輸出協力体制を構築し、輸出ノウハウの共有、輸出手続きの共通化によるコストメリットの創出、青森県ブランディングによるプロモーション効果の増大等を図る。
- ・八戸缶詰グループは八戸港に揚がる鯖を使った缶詰の製造以降、半世紀以上に渡って”ものづくり”を推進。時代の変化と共に水産品の他、農畜産品など多様な食材の扱いを強化し、現在では、缶詰/レトルトから冷凍/冷蔵品まで多様な商品を扱う「総合食品製造業」へと移行。

取組の成果

- ・輸出金額：1,100万円（2022年度）→735万円（2023年度見込み）
水産品の単価が下がったため金額は低下している一方、取引数や商談数は問題なく増加傾向
次年度は単価上昇が確定しているうえ、EU-HACCPもクリアし、ノルウェー輸出を可能にする地盤整備を完了しているため、金額は増加していく見込み
- ・WebサイトPV：年間10万PV（8,000PV/月）
- ・オンライン商談で10件の商談機会を獲得

取組のポイント

現地バイヤーと直接商談してニーズを把握し、食べ方や呼称を工夫することで輸出の拡大を目指す

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

商社に頼って輸出をしていたが、現地のニーズが把握できない

TASK

課題
2

現地に馴染みがない食材は食べ方含めて提案する必要がある

TASK

課題
3

ボイルホタテについて、欧米では貝柱のイメージが強く貝ひもへの馴染みがない

輸出成功のポイント

現地のユーザー・バイヤーと直接商談

JETRO等支援機関からの紹介や自社のネットワークを通じて現地のユーザー・バイヤーと直接商談し、ニーズを把握

最適な食べ方提案

最適な食べ方を理解している地元の料理人が調理した食べ方を現地で訴求

オリジナルブランドの商品名で呼称

「フラワーホタテ」というオリジナルブランドの商品名で呼称し、プラスのイメージを持ってもらう

サプライチェーン別取組

現地規制・ニーズに沿った商品開発

- ・ ノルウェーへの輸出に向けてEU-HACCPを取得
- ・ 商談・試食マーケティング・現地フェアで消費者アンケートを実施

最適な商流構築に向けた実証実験の計画

- ・ 今後ノルウェーの規制対応ができれば、冷凍での輸送テストを実施し、コスト・輸送期間・通関スピード等において最適な輸送ルートを特定する予定

ボイルホタテの使いやすさをPR

- ・ ボイルホタテが解凍するだけで即食可能かつ現地メニューにもアレンジできる食材だとPR

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

EU-HACCPの取得をきっかけに、今後はノルウェー以外への輸出も目指します。ノルウェーは世界一の水産品のブランディングイメージがあるため、規制をクリアしノルウェーへの輸出が実現すればその実績を活用し、より付加価値のあるブランディングを実施していきます。