

ヴィーガン フーズ フレンド ジャパン

複数品目（ヴィーガン向け食品）

基本情報

対象国 EU圏・中国・米国等

輸出額 4,500万円/年

加盟者数 5社

主な販売先 外食、小売

活動地域 中国・関東（※）

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 ※現在の活動地域であり、今後拡大の可能性あり

ヴィーガン商品を企画・開発し、輸出を拡大することで日本産食品の地位向上を目指す

世界的な健康志向食品・ヴィーガン食品への需要拡大を受け、会員企業が連携してヴィーガン食品を開発し、会員企業それぞれの既存販売先への売込と新規商流の開発を目指す。

団体概要

所在地 岡山県岡山市

設立年 2023年

事業内容 ヴィーガン商品を企画・開発し
世界市場に販売

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯 / 概要

- ・既に海外販路がある食品企業でコンソーシアムを立ち上げ、これまで各自で実施していた海外への販路拡大をコンソーシアムとして取組み、多くの国や地域に国産食品を紹介・販売するプラットフォームを構築する。
- ・商品企画・開発を行うと共に、各国のレギュレーションに対応する一括表示・パッケージデザインの作成、現地でのプロモーション、専門家の斡旋等を行い、輸出に向けた取組をバックアップする。
- ・輸出意欲があり、世界で販売できる可能性のある商品を持つ国内の食品関連企業メンバーを増やし、構築した販売プラットフォームを活用して日本産食品の輸出拡大に貢献する。

取組の成果

- ・輸出金額：1574万円（2022年度）→4502万円（2023年度）
（1億620万円（2025年度目標））
- ・ロンドン、パリ、アムステルダム、ロサンゼルス現地商社、ユーザー、及び日本国内商社へのプロモーション活動
- ・ヴィーガン商品の開発

取組のポイント

世界的なヴィーガン需要拡大を受け、現地ニーズに基づいた商品開発を実施して輸出拡大を目指す

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

「日本食」だけでは海外で通用しなくなっており、新たな要素を検討する必要がある

TASK

課題
2

商品開発にあたっては現地のヴィーガンニーズをつかむ必要がある

TASK

課題
3

個社での取組みでは営業リソースが限られて販路拡大に時間がかかる

輸出成功のポイント

ヴィーガン商品の開発

こだわりのある日本食は添加物等を使用しないことが多く、ビーガンと相性が良いと考え、ヴィーガン商品の輸出を目指す

視察に基づく商品開発の実施

EUと米国で商社との商談やPRを実施してニーズを確認。商品開発の専門家も同行し商品開発に生かす

メンバー間での商流共有

各メンバーが持つ販路・ルートを活用し、スピード感をもって多くの国や地域に提案可能

サプライチェーン別取組

ヴィーガン商品の企画・開発

- 商品開発の専門家を招聘し、会員企業が連携してヴィーガン商品を開発
- ラベル・パッケージ作成、検査機関での検証も実施し、輸出先に合った商品を開発

地域メーカーとの連携

- 地域の直接輸出を実施しているメーカーと連携し、コンソーシアムの商品を輸出
- コンテナ輸送の頻度を上げ、発送リードタイムを短縮

各自が得意とする国での展示会出展

- 各メンバー企業はそれぞれ得意な国での展示会・販売会にコンソーシアムとして出展し、メンバー企業の販路拡大、売上増に貢献

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

商品開発後、各社の既存商流の活用と新規商流の開拓を同時並行で実施し、輸出を拡大して行きます。将来的には中国地方・関東地方に限らず全国の中小規模事業者を対象とし、全国のこだわりのあるメーカーの輸出プラットフォームを目指します。