

東北・食文化輸出推進事業協同組合

複数品目

基本情報

対象国	マレーシア	輸出額	約5,000万円/年	加盟者数	30社
主な販売先	レストラン・デパート・スーパー	活動地域	宮城県	品目数	複数
希望スキーム	直接輸出・間接輸出	備考	-		

東北初の事業協同組合形式の地域商社として、「TOHOKU」ブランドの確立・普及を目指す

東北の食材に合うメニューの開発・提供や現地イベントを通じて得たニーズ・知見の活用、組合員間の連携により、豊富な食材・食品を有する東北ブランドの確立・普及に向けて地域一体で取り組む。

団体概要

所在地	宮城県名取市
設立年	2017年

事業内容	海外販路の開拓支援・最適輸送網の構築・輸出商談支援・ブランディング及びPR活動
認証取得	ISO22000・FSSC22000・ハラール認証
生産規模	-



取組の経緯/概要

- ・2015年に東北地域の農林水産物・食品の輸出拡大を目的に、「東北農林水産物・食品輸出モデル検討協議会」が設立。翌年、同検討協議会の支援認定モデル第一号として、「東北・食のソラみち協議会」が設立。2017年に同協議会と連携して、東北の食輸出に関心のある企業が参画し本組合が設立。以後、「TOHOKU」ブランドの確立・普及に向けたツールの整備、海外販路確立・拡大等に取り組む。
- ・アルコール飲料を含む東北地方各地で生産される加工食品について、海外販路開拓・拡大を目指して、マレーシアでの現地イベント等を実施し、東北の「食」の認知度向上を図る。

取組の成果

- ・輸出額：約400万円(2025年度見込み)
- ・現地イベント：ワインイベントを2回実施
- ・オンラインメディア・インフルエンサー等の現地メディア10社・計20名による集客PR
- ・現地ハイエンド層48名からの意見集約

取組のポイント

東北の「食」の認知度向上とともに、組合員の輸出スキルアップによる継続的な輸出拡大の体制構築を目指す

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

東北の「食」の知名度向上への取り組みが必要

TASK

課題
2

現地ニーズに即した商品開発・提案

TASK

課題
3

輸出拡大に向けて個社単独で自走するには輸出に関する知識・ノウハウが不足

輸出成功のポイント

現地PRイベントを実施

現地メディア及びインフルエンサーを招き、日本食レストランで東北の「食」のプレゼンテーションを実施

日本食レストランにおいて価格帯別の商品を提供して現地ニーズを把握

定食向け・プレミアム向けの価格帯別に2つの飲食店で、ワイン・水産物・ジュース・米等の東北の食材を用いたメニューを提供して顧客の反応を把握

講師経験豊富な専門家によるセミナーの開催

輸出の基礎から商談テクニックまでを一気通貫で学び、商談成約・継続性を高める輸出教育を実施

サプライチェーン別取組

専門家の協力を得ながらメニューを開発

- 専門家の意見を取り入れ、山形産ワインや東北の食材に合うメニューを開発するとともに、現地ニーズを収集して今後の商品開発に反映する準備を整えている

共同輸送による流通コストの低減

- パートナーと連携して最適な流通網を構築し、組合員間で共同輸送に取り組むことで、輸送コストの低減に努めている

現地レストランイベント

- マレーシアの価格帯別の日本食レストランにおいて、東北の食材に合うメニューを用いたイベントを実施し、東北の食のレクチャーや認知度の向上に繋げた

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

国際的な展示会・ワインフェアへの参加を増やし、「TOHOKU」ブランドの認知度向上への対応を強化していく。また、定期的な市場調査やバイヤー等からのフィードバック収集を行い、現地ニーズやトレンド分析による製品の品質やパッケージの最適化、新製品の開発に取り組む。さらに、専門家によるセミナーを重ねることで、組合員全体の輸出スキルアップを図り、東北の「食」の輸出拡大に寄与していく。