

# グローバルいばらき

## 複数品目

### 基本情報

対象国	シンガポール・米国・フランス	輸出額	84,350万円/年	加盟者数	7社
主な販売先	外食・小売	活動地域	茨城県	品目数	複数
希望スキーム	直接/間接輸出	備考	-		

## 茨城県の魅力を国内外に発信するため、複数事業者が連携し、商品開発や展示会を実施

茨城県内の複数の事業者が団体となり、共同で輸出取組を行うことで、茨城県の認知度向上と販売機会の創出を目指す。輸出先国のニーズを把握し、茨城県産の一次産品と各社の品目を活かした茨城県独自の商品開発を実施。

### 団体概要

所在地	茨城県つくば市
設立年	2024年
事業内容	国内外の展示会への出展・イベントの実施・プロモーション事業・共同での物流ルートの構築など
認証取得	ISO22000やFSSC22000等のHACCP認証、ハラル認証等
生産規模	-



### 取組の経緯/概要

- ・中小規模の事業者が個別に海外展開を目指すことはノウハウ・労働力・資金面等に制約があるため、県内の複数事業者が団体となり、共同で輸出取組を行うことで、共同取組によるメリットを生み出し、茨城県の認知度向上と販売機会の創出を図る。
- ・2024年度の団体には、地域商社として60ヵ国以上に輸出実績を持つ企業が参加しており、そのノウハウやネットワークを最大限に活用し、輸出拡大を目指す。
- ・輸出対象国は、シンガポール・米国・フランスであり、国内外の展示会への出展や現地バイヤー招聘を通じて輸出先の市場ニーズを把握し、ローカライズした商品開発を実施する。

### 取組の成果

- ・輸出額：約57,650万円（2023年度）→84,350万円（2024年度見込）
- ・商談数：シンガポールでの展示会 105件（15件/メンバー7社）  
：バイヤー招聘（米国・フランス 各国1人）14件（2件/メンバー7社）  
※バイヤーが各事業者の工場などを視察する際に商品を提案・商談を実施

# 取組のポイント

展示会・商談会でニーズを把握し、共同ブランディングや既存商品のローカライズ、新品種のブランド化で輸出拡大

## 輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

中小規模の事業者が個別に海外を目指すことは難しい

TASK

課題

2

市場ニーズに合致した商品開発が足りない

TASK

課題

3

高品質ながら認知度が低く、魅力が十分に伝わっていない

## 輸出成功のポイント

複数の事業者による共同取組で進める輸出展開

複数の事業者が共同で輸出取組と茨城県の認知度向上を行うことにより販売機会の創出を図る

市場ニーズを踏まえた、県独自の商品開発

展示会・バイヤー招聘によるニーズ把握を基にした商品開発を実施

ブランド化を推進

複数事業者が連携し、既存商品や新品種のブランド化、リブランディングを通じて輸出拡大を目指す

# サプライチェーン別取組

茨城発×現地ニーズに沿った商品開発

- 各社の茨城発の品目をコラボレーションした商品を開発
- 展示会に現地バイヤーと直接商談し、把握したニーズを踏まえた商品開発

共同での物流ルート構築

- 複数の事業者にて輸出取組を実施することで効率的な物流ルートを構築

展示会・現地バイヤー招聘による認知度向上

- 展示会・現地バイヤー招聘の実施により認知度向上とチャネル開拓を図る
- 試食・試飲を行うことで、直接的に商品の魅力を訴求し、商品取扱いニーズを喚起

商品選定・開発

流通

販売

## 今後の輸出拡大に向けて

今後も取組みを継続し、茨城県のブランディングを強化するとともに、魅力発信と輸出拡大を推進する。さらに、メロン・イチゴ・なし・牛肉等で県独自のオリジナル品種の開発・ブランド化が進む中、それらの一次産品を活用した商品開発も検討する。茨城県の魅力を伝えるだけでなく、食文化や特産品を発信することで、さらなる認知度向上と販路拡大を目指す。