

宮崎の食の輸出を進める会

複数品目

基本情報

対象国 米国

輸出額 約4千万円(2024年度)

加盟者数 8社

主な販売先 外食、小売

活動地域 宮崎県

品目数 複数

希望スキーム 間接/直接輸出

備考 -

宮崎の食文化の魅力を発信し、会員企業の情報共有・統一戦略による連携で輸出拡大を図る

統一ブランド「Yummy ITADAKIMASU」を立ち上げ、宮崎県の地域の食文化の情報を発信することで、国産原料を使用し、伝統的な製法で製造される加工食品の認知度向上を図り、情報共有と統一戦略を通じて、輸出拡大を目指す。

団体概要

所在地 宮崎県都城市

設立年 2019年

事業内容 国内外の展示会への出展、バイヤー・シェフの招聘等

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- ・中小の食品製造事業者の海外輸出は、労力・資金・ノウハウ等が不足しており、これを共通の課題とし、情報共有や統一戦略により連携・協力することで、海外販路拡大を図る。
- ・統一ブランド「Yummy ITADAKIMASU」を立ち上げ、海外輸出及び地域の食文化の情報の発信に取り組んでいる。
- ・会員企業の加工食品は、国産農林水産物を主原料とし、「グルテンフリー」、「発酵食品」など、地元で先祖より脈々と受け継がれ、かつ「FSSC22000等の国際衛生認証を取得して、HACCPの手法に基づいた認証を取得した製法」により製造していることをPR。

取組の成果

- ・輸出金額：約4千万円（2024年年度）→目標 約1億2千万円（2027年度）

取組のポイント

米国バイヤー等に対して商品の魅力及び産地への理解を促進し、商品の競争力と価格の優位性を確立する

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

個社の輸出取組では、労力・資金・ノウハウ等が不足している

TASK

課題
2

日系スーパーでは、多くの類似商品があるため、地方の中小企業は価格競争力が弱い

TASK

課題
3

商品の優位性と価格の優位性を構築し、安定的な販売ルートを確認する必要がある

輸出成功のポイント

意見交換会等による知見の共有

JETRO・行政機関との連携や会員企業での定例会を実施

会員企業の知見を共有し、輸出スキルの底上げを図る

国内外展示会への出展、バイヤー・シェフの招聘

国内外の展示会に出展し、PR・商談の機会の創出

米国の非日系バイヤー・シェフを招聘し、商品・産地の魅力の理解促進を図る

営業パートナーとの連携による販路開拓

米国の非日系バイヤー・シェフに対し、営業活動を実施

BtoB、B toCなど幅広く販路を開拓

サプライチェーン別取組

海外展示会出展

- ・ 統一ブランドを活かした展示で商品・産地の食の魅力を発信
- ・ 米国の健康志向や日本食の需要に対し、「健康志向食品」として訴求

海外バイヤー等の招聘

- ・ 現地バイヤー・シェフ等を招聘し、会員企業訪問、試食、商談を行い、産地の魅力をPRし、競合品との差別化を図る

宮崎の食の魅力と商品の認知度の向上

- ・ Webへの動画の掲載や各社HPの遷移を促し、各社商品のストーリーを展開
- ・ 営業パートナー等のフィードバックを参考にパッケージ制作等のブランディング

販売

今後の輸出拡大に向けて

- ・ 会員企業間で更なる連携を図りつつ、バイヤー・シェフの招聘、国内外での展示会・商談会等の取組を活かして輸出拡大を図る。
- ・ 米国市場への販路開拓が、会員企業の継続販売や他企業の新規参入を促進し、宮崎県経済の拡大に貢献したい。
- ・ 宮崎県産品を地域の食文化とともに米国に紹介し、認知度を高めることで販路拡大やインバウンド誘客に繋げたい。