

愛知県食品輸出研究会

愛知県産加工食品全般

基本情報

対象国	米国・香港（大湾区）・ベトナム等	輸出額	9,500万円（1月末）	加盟者数	41社
主な販売先	小売・レストラン	活動地域	愛知県	品目数	複数
希望スキーム	直接/間接輸出	備考	-		

勉強会や情報交換を実施して連携を強めつつ、フェア・商談会の開催等により海外販路を開拓

輸出スキルを高める勉強会や定例会での情報交換をすることで新しい取組に繋げつつ、海外現地での「愛知フェア」や商談会の開催のほか、現地シェフによるプロモーション等を実施し「愛知県産品」の海外販路開拓を進める。

団体概要

所在地	愛知県豊川市
設立年	2011年
事業内容	フェア出展、商談会主催、輸出取組・スキルの共有、セミナー開催、商流・物流連携、コラボ商品開発等
認証取得	-
生産規模	-



取組の経緯/概要

- ・「愛知の食を世界に広めること」を目的に、愛知県内の輸出に積極的な一次産品・加工食品メーカーが集まり2011年に設立、現在は41社で構成。
- ・基本一業種一社として、新しい事業者が参加する際には会員の承認が必要。同業者がいないことで団体としてまとまりやすくなるよう工夫している。
- ・定期的な輸出ノウハウの共有・セミナー実施、フェア開催・商談会企画等幅広く活動している。食材のメニュー活用等の知識の普及を目的に、現地でのSNS発信、現地シェフによる調理プロモーションを通じた商談活動にも取り組む。

取組の成果

- ・輸出額：8,650万円(2021年度)→9,500万円(2022年度1月末)→1億4,000万円(2026年度目標)
- ・Instagram「eat.aichi」のフォロワー数：222人(2021年度)→418人(2023年3月14日)
- ・海外の販路拡大プロジェクト参加企業：17社（アメリカ14社、香港起点大湾区（マカオ）14社 ※重複有）
- ・マカオ「愛知フェア」売上：300万円

取組のポイント

現地シェフのネットワークを活用した試食会・SNSでの情報発信等により「愛知県産食品」の販路開拓に注力

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

食材・調理方法の認知が低い商品については商談会に参加しても取引に結びつきにくい

TASK

課題

2

事業者単位では海外流通業者・消費者との接点が乏しく、認知拡大のための情報発信が不足

TASK

課題

3

輸出実績の少ない中小事業者にとって、販売会への個社出展はハードルが高い

輸出成功のポイント

愛知県への招聘や調理デモンストレーションを実施

バイヤーの愛知県への招聘やキッチンスタジオでの試食会により食材・調理方法に対する理解を深めてもらい、販路開拓を促進

団体としてSNSにて情報発信

アメリカ人シェフをインフルエンサーとして位置づけ、食材・メニュー活用に関してInstagramにて情報を発信

勉強会や情報交換・フェアで実践の機会を提供

輸出スキルを高めるための勉強会や情報交換で情報を獲得。フェア参加により輸出初心者向けの実践の場を提供

サプライチェーン別取組

協力的なパートナー連携による現地ニーズ把握

- 現地で非常に高い評価を受けるシェフや、現地マーケットに精通する専門家を実施体制に組み込み、現地ニーズを精緻に把握

香港での販路拡大による大湾区への進出

- 香港のファーストフード店への愛知県産食品の提供
- 香港のバイヤーとの関係性を強固にすることで、マカオ・広州・深圳等の大湾区への販路開拓につなげる

シェフを通じた更なるインフルエンサーの育成

- 団体と関係性の深いシェフが現地シェフに日本食材を販売し、レストランオーナーやシェフ・ディストリビューター等を新たなインフルエンサーに育成

商品開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

今後はEPAの活用を推進したく、今年度もEPAについての勉強会を2回実施いたしました。また、米国・香港（大湾区）に加えて新たにベトナムへの販路開拓を進めて参ります。ベトナムは規制が厳しい国ではありますが、挑戦することで会員のスキルが向上するとともに成長が期待できるベトナムマーケットに対して「愛知県産食品」の認知拡大・販路開拓を目指して参ります。