

日本加工食品輸出推進協議会

複数品目

基本情報

対象国	香港	輸出額	100,000千円/年	加盟者数	4社
主な販売先	小売	活動地域	全国	品目数	複数
希望スキーム	間接輸出	備考	-		

メーカー・輸出者・輸入者・現地スーパーが一体となったサプライチェーンの構築

川上から川下まで顔の見える関係性を構築し、商品のブランド化や価格・品質・売り場の管理を一体的に連携するとともに、輸出を推進するうえで明確にした課題を協議会として実証的に解決することで、輸出拡大を図る

団体概要

所在地	北海道函館市
設立年	2025年
事業内容	現地ローカルスーパーマーケットと連携したOEM商品開発、テスト販売を通じた販路拡大、サプライチェーンモデルの構築
認証取得	-
生産規模	-



取組の経緯 / 概要

- ・ PARKn groupの要望を踏まえ、参画メーカーが連携し、香港市場向けの畜産加工品・調味料のオリジナル（OEM）商品を企画・開発するとともに、PARKn groupの主要5店舗において、試食提供を伴う販売プロモーションを実施し、消費者反応や販売動向を把握する
- ・ 香港の食品規制に対応するため、輸出禁止添加物の確認、英語表記の栄養成分表示、裏面表示対応等を行い、PARKn group独自の厳格なQA登録をクリアする
- ・ チルド・冷凍の両温度帯に対応した物流体制を活用し、AIR便および船便を組み合わせ、安定的かつ定期的な香港向け輸出を実施する

取組の成果

- ・ 輸出額：100,000千円（2025年実績）
- ・ 商談数（オンライン・対面）：3件

取組のポイント

**OEM商品開発・販路開拓・販売促進を一気通貫で取組み、
直接消費者に商品をお届ける持続的な輸出モデルを構築**

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

販売現場からのフィードバックに基づく商品改良が必要

TASK

課題

2

OEM商品の開発を行うために大ロットの販路が必要

TASK

課題

3

現地ニーズに基づくパッケージの改良が必要

輸出成功のポイント

販売現場の声を活かした
商品改良

一気通貫型の商流を構築し、販売チャネルからのフィードバックを直接受領することで、効果的な商品改良を実施

大手ローカルスーパー
連携による販路の確保

日系大手スーパーは店舗数が少なく取扱ロットが限られるため、100店舗超の大手ローカルスーパーと連携し大口の販路を確保

日本語パッケージ
の維持

香港の消費者ニーズを踏まえ、あえて日本語パッケージを維持することで、「日本ブランド」を強調し、差別化を図る

サプライチェーン別取組

現地大手ローカルスーパーと連携したOEM開発

- 現地大手ローカルスーパーと連携することで、現地の商習慣・ニーズ等に基づいた、確かな販路が見込めるOEM商品の開発を実現

一気通貫型商流の構築

- メーカー・輸出者・輸入者・現地スーパーが一体となり、価格・品質・売場管理を一貫してコントロールすることで、持続可能な輸出モデルを実現

テスト販売に基づいた販路構築の実現

- 試食販売を含むテストプロモーションを実施し、消費者の反応や売上データをもとに商品・売場を改善し、今後の定常販売を実現

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

- 現地スーパーマーケット等と協業しB2Cでの商品展開を拡大することで、現地の消費者に直接アプローチし、定常的に購入される商品としての定着を図る
- 協議会が今年度構築した香港での一気通貫のサプライチェーンを基盤に、他地域産品への横展開を進め、参加メーカーを増加させることで協議会の持続的な輸出拡大につなげる