

青森県輸出促進協議会

複数品目

基本情報

対象国 北米、EU、アジア

輸出額 1億5,555万円/年

加盟者数 19社

主な販売先 小売

活動地域 青森

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 -

「オール青森」として県食品を発信し、加工食品の更なる輸出拡大を目指す

海外における青森県産品の認知度向上のため、会員の加工・流通技術の強みを生かし、従来の北米等に加えて、ASEAN地域のバイヤー・商社等を招聘した商談会を開催するとともに、フィリピンにおける「青森フェア」を開催することで販路の拡大を図る。

団体概要

所在地 青森県青森市

設立年 2012年9月

事業内容 バイヤー等招聘、フェア開催

認証取得 ハラル認証、FSSC22000認証

生産規模 -



取組の経緯/概要

- 青森県は、りんご、にんにく及びごぼう等の農産物の生産並びにホタテ、さば及びイカ等の水産物の水揚げが盛んで、それら農水産物の加工技術を集積している。また、農林水産物の輸出額は、ここ3年で250億円超と過去最高規模を継続している。一方で、その6割（160億円前後）を生果のりんごに依存しており、りんご以外の優れた農林水産物や加工品の魅力の発信が十分とは言えない。
- 輸出に向けた技術や認証取得商品について、各国ごとに異なる販路のバイヤー、商社を互いに紹介する商談会を開催する。さらに、商談会の成果を踏まえて、MITSUKOSHI BGCにおいて「青森フェア」を開催することにより加工食品の輸出を拡大させる。

取組の成果

- 輸出金額：1億2,980万円(2024年度実績)→1億5,555万円(2025年度見込み)→2億7,669万円(2029年度目標)
- 海外バイヤー等招聘商談会成果：商談数65件、新規成約数18件

取組のポイント

海外バイヤー等招聘商談会を実施した後に、マニラへ渡航して青森フェアを開催することで、成果につなげる。

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

優れた農林水産物・加工品の
認知度が低い

TASK

課題

2

会員単独でのアプローチでは
販路開拓に限界がある

TASK

課題

3

一過性イベントからの脱却

輸出成功のポイント

現地でのフェアの開催

青森県産品の魅力を知ってもらい、青森ファンになってもらうことで、フェア終了後の購入に繋げる。

海外バイヤー招聘商談会の開催

会員間で取引先及び海外バイヤーを相互に紹介し、需要者を招聘した商談会を開催することで、確度の高い出会いの場を創出。

現地での実演販売

会員14社が渡航し、各社商品特性や美味しい食べ方を実演販売。開催会場での過去最高売上を記録したことでリオーダーへ。

サプライチェーン別取組

会員がもつ商流・人脈の活用

- 既存の取引先を紹介し合う等すでに輸出しているメンバーの商流・人脈を活用。

バイヤー等を招聘した商談会の開催

- バイヤーや商社等を招聘することで、会員との出会いの場を提供。
- 青森県黒にんにく協会との合同商談会でEU向け輸出の実現等、シナジー効果も。

青森フェアの開催

- ポスター、パンフレット及び特設ページの作成を行い、来場者の興味・購買意欲を向上させる。
- 試飲試食を提供し、商品特性を知ってもらう。

販売

今後の輸出拡大に向けて

今回の渡航で、当協議会を含む多くの日本企業の商品パッケージが日本語であるため、現地の消費者や販売員に、商品の使用方法が十分に理解されていないことが明らかとなった。今後の輸出拡大に向けて、現地消費者に訴求するパッケージの英語表記にも取り組む。