

微細藻類輸出拡大協議会

複数品目

基本情報

| | | | | | |
|--------|----------------------|------|---------------|------|----|
| 対象国 | シンガポール・ベトナム・マレーシア・タイ | 輸出額 | 2,352千円/2025年 | 加盟者数 | 3社 |
| 主な販売先 | 外食・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 | - | | |

海外展示会等の出展を通じて、日本産微細藻類を主原料とした加工食品の輸出拡大を目指す

日本産微細藻類由来の健康食品を世界に届けるため、各社の技術・ネットワークの活用や海外展示会等の出展、海外バイヤーとの商談を通じて、日本産微細藻類を主原料にした加工食品のグローバル展開を目指す。

団体概要

所在地 東京都港区

設立年 2025年

事業内容 海外における国産微細藻類の認知拡大・PR、海外ディストリビューターの発掘

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- ・本協議会では、海外展示会への出展を通じて日本産微細藻類の認知拡大とプロモーションを推進するとともに、現地で販売を担うパートナー企業の開拓を進める。
- ・「Vitafoods Asia」等の展示会に出展し、現地ディストリビューターや小売企業との商談機会を創出するとともに、展示会前後のフォロー営業や資料作成等を通じて商流構築に向けた取組を行う。
- ・Google広告やSNS広告などのデジタルマーケティングを活用し、シンガポールを中心とした東南アジア地域において商品の認知向上と商談創出を図る。

取組の成果

- ・輸出額：2,352千円（2025年実績）
- ・商談数（オンライン・対面）：128件

取組のポイント

展示会を起点に商流を構築し、国際認証取得・現地パートナー連携・デジタル施策により販路拡大を推進

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

商流構築のために、継続的な販売に繋げる体制構築が必要

TASK

課題

2

国ごとの食品安全基準・ハラル対応・表示規制等に対応する必要がある

TASK

課題

3

会員企業・海外企業商品の海外での認知度を向上させる必要がある

輸出成功のポイント

外部パートナー活用による現地展開力の強化

ASEAN市場に強みを持つコンサルティング会社と連携し、商談機会創出および契約後の継続的な販売に繋げる体制を構築

ASEAN域内で共通化した輸出体制の構築

ASEAN域内の国に共通化した輸出体制を構築し、広告代理店・EC・試験販売を活用して需要の高い国へ優先的に展開

協議会としての海外展示会出展

国際展示会（Vitafoods Asia、Gulfood）へ出展。現地ディストリビューター・小売企業との商談を創出し、認知度を向上

サプライチェーン別取組

国際認証取得による複数国展開

- ・ FSSC22000・ハラル・コーシャ等の国際認証を事前に取得し、ASEAN域内の国に共通化した輸出体制を構築

現地流通構造・商習慣の理解促進

- ・ シンガポール拠点の支援企業（AICシンガポール）と連携し、現地ネットワーク・市場情報を活用した流通体制を整備

日本産微細藻類および各社ブランドの認知度向上

- ・ 展示会出展に加え、Google広告・Facebook・Instagram広告を活用し、サイトトラフィック・CVR・ROASを指標としたデジタルマーケティングを実施

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

- ・ 展示会出展等で得た現地ディストリビューターや小売事業者とのネットワークを活用し、継続的な商談フォローや代理店契約の拡大を通じて、販路の定着・拡大を図る
- ・ デジタルマーケティングや現地パートナーとの連携を強化し、商品認知の向上と規制対応を進めながら、安定的な販売体制の構築と輸出額の継続的な拡大を目指す