

## 滋賀県甲賀市

### 丸安茶業株式会社

## 茶加工品の 輸出

世界にはばたく近江のお茶



### 取組内容

- 明治5年の創業以来、鈴鹿山系の山懷に広がる丘陵地で作られる土山茶、信楽の朝宮茶を中心とした近江のお茶を原料に荒茶・仕上げ茶の製造・販売を行ってきた歴史ある製茶事業者。
- 近年では健康ブームに沸く香港・台湾・アメリカ・インドネシアなどに向けて、抹茶パウダーやプロテイン茶などの輸出に取り組む。
- 店舗カフェの「頓宮茶寮」との併設の焙煎所による日本茶体験の感動といった価値に焦点を当てた「コト売り」や「お茶をまるごと味わう」をコンセプトに抹茶などを使ったスイーツの提供、またインバウンドや海外からの新規バイヤーへの訴求効果による需要拡大に取り組む。

### 取組に至った経緯

- 「近江の茶」の知名度アップに取り組むため、全国の茶販売店から注文を受け、独自のブレンド技術も駆使して新商品を開発。
- 早くから海外に目を向け、国外への販路拡大を目指す。

### 取り組む際に生じた課題と対応

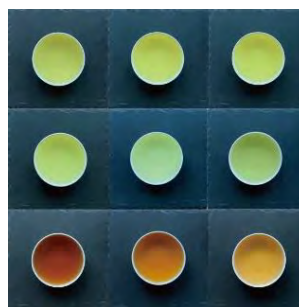
- 高齢化による生産者の減少が著しく産地の存在が危ぶまれている状況で、輸出向け製品の需要確保等、生産拡大、販路確保に向けた取組を進めている。

### 取組の成果(受賞等)

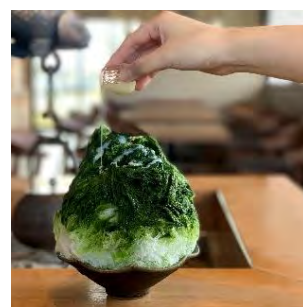
- 2014年8月、アジア各国から170業者等が参加した「香港フードエキスポ」で行われた「香港国際茶展」の緑茶部門で金賞を受賞。
- 2022年8月、食品安全マネジメントシステム「ISO22000:2018」の認証を取得。
- 2024年9月、全国茶業連合青年団主催の第71回全国茶審査技術競技大会で九段を受賞。

### 今後の展望

- 輸出各国で設定された残留農薬基準に対応できるように取り組む。
- 海外のニーズに合った色や味などを高いレベルでローカライズさせることで、需要に応える。



お茶のいろいろ



夏限定抹茶かき氷



お茶パウダー

## 滋賀県竜王町

### 有限会社澤井牧場

## 牛肉の輸出

## 近江牛をアジアへ



滋賀県の近江牛コンソーシアム事業による  
台湾でのプロモーションの様子(令和7年2月)

### 取組内容

- 近江牛の輸出に向けて、関係者で「近江牛輸出振興協同組合」を設立。
- 現地での牛肉のカット指導やPR活動を行い、輸出の拡大に向け精力的に取り組む。

### 取組に至った経緯

- 牛肉を輸出するには、国ごとに異なる安全基準を満たすとともに、食肉処理施設についても相手国の基準を満たし認証を得る必要がある。このため、生産者、加工・流通業者、輸出業者により構成される近江牛輸出振興協同組合を設立し、輸出先国が増えるよう国や県に働きかけを行っている。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 海外において需要が高いのはロイン系(リブロース、サーロイン、ヒレ)であるため、それ以外の部位や切り方に関する知識がない料理人向けの研修会を開催するとともに、必要があれば現地に出向いて指導を実施。

### 取組の成果(受賞等)

- 組合を設立した平成22年以降、滋賀県食肉センターから輸出が可能な国は7カ国・地域まで増加。
- 現地指導やリモートでのカットティングプロモーションの結果、使用部位(セカンドリーカット)が増え輸出量が増加。
- 平成30年度輸出に取り組む優良事業者表彰 食料産業局長賞を受賞。

### 今後の展望

- 近江牛のブランドを守り、価格の安定化を目指す。
- 新たな輸出先国の開拓とともに、部位全体での販売強化。



台湾でのプロモーションの様子  
(令和7年2月)

## 大阪府柏原市

カタシモワインフード(株)

## ワイン の輸出

百年続くぶどう畑  
大阪ワインを世界へ発信

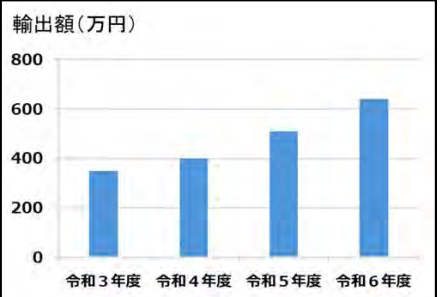


### 取組内容

- 衰退したぶどう生産を振興しワインの醸造・販売に取り組むと同時に、観光にも取り組むなど、地域活性化を目指す。
- 自社が中心となり、大阪ワイナリー協会、関西ワイナリー協会、西日本ワイナリー協会を設立。府県の垣根を超えて、日本のワインの品質向上や認知度向上に取り組む。

### 取組に至った経緯

- 耕作放棄地が増加する中、周辺の美しい景観を利用してインバウンドを対象とした観光への取組を実施。
- 平成28年度から、自社でバイヤーを見つけワインの輸出を開始。上海やマカオなどへ輸出し、令和6年度の輸出額は640万円。



【輸出実績(平成28年度より輸出開始)】

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 海外で認められるには、独自性のあるぶどう栽培、ワインに適した新たな品種の開発が必要。原料となる大阪産ぶどうの生産量も不足していたため、大阪府が設立した「ぶどうワインラボ」と連携。
- 国ごとに輸入規制が異なり、輸出手続きなどが煩雑かつ困難であるため、ジェトロなど関係機関から支援、協力を得て自社で輸出業務を実施。

### 取組の成果(受賞等)

- 2016年(平成28年)6次産業化優良事例表彰 農林水産大臣賞
- 2017年(平成29年)近畿農政局「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」に選定
- 2018年(平成30年)地産地消等優良活動表彰 農林水産大臣賞

### 今後の展望

- 2021年6月、ワインにおける地理的表示「GI大阪」が認定されたことを契機に、一層の輸出拡大を目指す。
- 農林水産省のグローバル産地づくり推進事業にも参画し、行政とも連携して大阪産ワインの輸出拡大を図る。



【ぶどう畑の風景】

## 兵庫県姫路市

### ヤマサ蒲鉾株式会社

## 加工品 の輸出

水産練り製品を  
世界にアピール

### 取組内容

- ヤマサ蒲鉾株式会社は、兵庫県姫路市でかまぼこ製造を行う、西日本でトップクラスのかまぼこ企業で、斜め繊維のカニカマであるカニ爪風蒲鉾を世界で初めて製造した企業。
- 冷凍製品、レトルト製品の開発、販路拡大を進め、海外への輸出に注力しており、欧米はもちろん、アジア圏に多くの製品を販売。

### 取組に至った経緯

- 国内での水産練り製品業界の売上は年々減少傾向にあり、国内における水産練り製品業界の展望は、決して明るいものではなかった。  
しかし、高たんぱく、低カロリーな水産練り製品は、近年、世界各国に注目されており、高カロリーな畜肉から低カロリーでヘルシーな魚肉に、世界の関心が移ってきている。日本の伝統食である水産練り製品を、文化面だけでなく健康面からも世界にアピールし、販路の拡大、海外向けの製品開発に注力していくことで、水産練り製品業界の新たな道を切り開くことを目指す。



### 取り組む際に生じた課題と対応

- 各国への販路拡大を目指し、自社工場がヨーロッパ版HACCP、アメリカ版HACCPや日本版HACCPの認定を取得し、全工場でISO14001及びFSSC22000の認証を取得。
- 海外見本市等に参加し輸出拡大の取組を行いながら、海外ユーザーと特設商談を行い、現地の食文化に沿った商品開発を実施。
- 冷凍流通、販売が困難な国に対しては常温流通可能なレトルト食品を販売。また、フローゼンチルドにて販売することで新たな顧客を獲得。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和4年度近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞

### 今後の展望

- 貿易商社とパートナーを組み進出国への販売を実施。また、現地のディストリビューターと契約して販路開拓を行う。
- 環境マネジメントシステムISO14001の認証を受け、資源管理され持続可能な漁業で漁獲した原料を使用した製品の製造および販売に関する認証、MSCCoC認定を受けており、持続可能な事業活動を行う。

## 兵庫県姫路市

### 和牛マスター(株)



### 取組内容

- 日本が世界に誇るブランド牛である神戸ビーフを、米国、EU諸国、東南アジアなど14カ国に輸出しており、国産和牛の輸出拠点として事業を拡大している。

### 取組に至った経緯

- 2017年(平成29年)全国の有名ブランド牛の輸出基地として和牛マスター食肉センターを開設。
- 2024年(令和6年)欧米を含め、輸出認可国が47カ国となり、全国で唯一の神戸ビーフ欧米輸出基準認可センターとして稼働している。
- 欧米諸国が求める動物福祉(アニマルウェルフェア)について、対策を進めている。

### 取組の成果(受賞等)

- 2018年(平成30年)FSSC22000認証(食品安全マネジメントシステム)を取得
- 2024年度(令和6年度)輸出に取組む優良事業者として、農林水産大臣賞を受賞。
- 2024年(令和6年)神戸ビーフ等輸出額100億円超を達成(約1,864t)



2025年4月 世界14カ国から、約100名のバイヤーを参集し、和牛オークションの前夜祭を開催  
写真は、着物ブッチャーマリカのパフォーマンス

### 今後の展望

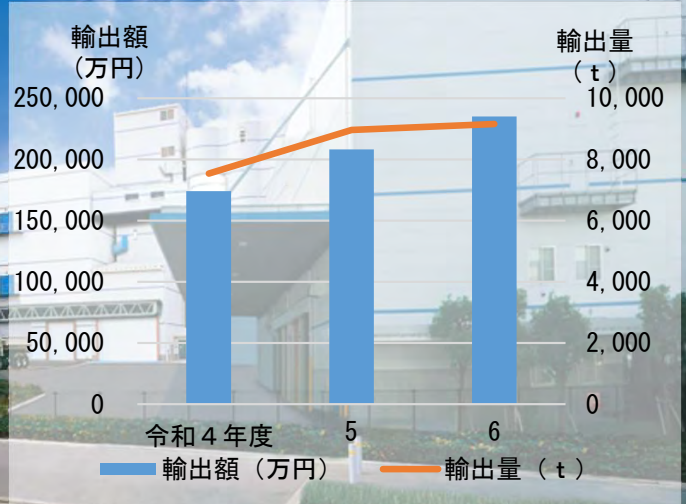
- EU諸国には、まだ和牛肉需要が浸透していない地域があることから、新たな市場の開拓を行う。
- 今後、世界に誇る「神戸ビーフ」および「全国有名ブランド牛」を世界各国へ輸出する日本一の拠点として事業を拡大。
- 現在の輸出のメインであるロイン系の輸出に留まらず、セカンダリー部位の輸出の割合増を目指していく。
- 米国の関税問題を注意深く見極めながら、慎重な輸出対策を講じていく。

## 兵庫県西宮市

### 株式会社神明

## コメの 輸出

国産米を  
アジア、  
豪州、  
欧州へ



輸出実績(平成20年度より輸出開始)

### 取組内容

○ アジア(香港、台湾、シンガポール、タイ)、米国、豪州、欧州を中心に、精米、無菌米飯、乾麺を輸出。

### 取組に至った経緯

○ 早い時期から海外へ目を向け、日本食と共に日本の素晴らしいお米を世界に広めるため、輸出を開始。マーケットインの発想から、海外拠点を米国・香港・中国に置き、更なる消費拡大に取り組む。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 輸出先の気候に合わせた米袋(脱気包装袋)の使用による品質保持や、現地需要に応じた少量規格商品(PB)の提案等。
- 生産者が輸出米を生産しやすい制度設計や、プロモーション活動が必要。



香港における精米販売

### 取組の成果(受賞等)

- 同社全体の全世界への輸出量は令和6年 約9,160トン  
輸出額は約23億円

### 今後の展望

- 既存輸出国での日本産米の販売拡大と新たな輸出先国の開拓。
- 利便性・個食化などお客様のニーズに対応した商品の展開。
- 生産・流通コスト低減など、海外での価格競争力を強化。
- 価格と品質(食味)とのバランスを見極めた提案と販売。



グループ会社(元気寿司) 海外店舗 での取扱い

## 兵庫県丹波市

### 有限会社カンナンファーム

## 畜産物の輸出

鶏卵の付加価値向上のため  
市場ニーズに沿った海外展開



### 取組内容

○ 鶏卵の直売と卸売とを展開し国内で販路を拡大するとともに、海外のニーズに沿った鶏卵を販売。

### 取組に至った経緯

○ 取引先からの要望、海外での自社商品のアピール及び自社商品の調査（海外の消費者の反応）、供給が過剰な国内から一部を海外に振り向け新たな販売先を確保するため輸出を開始。

### 取り組む際に生じた課題と対応

○ 鳥インフルエンザ発生によるリスクには、保険等での対応が可能であるのか検討中。また、海外の情報をリアルタイムに得るため、国内の輸出業者と常に情報交換を実施。

### 取組の成果

○ 海外において、自社商品認知の「きっかけ」となると同時に出荷量が増加していることから売上、利益ともに増額。

### 今後の展望

- 現在は、香港のみの輸出であるが様々な国別の条件に即して販路を拡大。
- 情報収集を行い海外消費者に受け入れられやすい卵の生産と海外向け専用パッケージを考案し、自社鶏卵の商品力向上により継続的に輸出。
- 鶏卵の付加価値向上のためニーズに沿った液卵の製造・販売事業を展開。

昔、むかし80年前の卵を再現  
卵は餌が命です。



カンナンファームの生卵

## 水産物の輸出

兵庫県たつの市

津田宇水産株式会社

たつの産養殖牡蠣がアジアで人気  
冷凍牡蠣で輸出拡大



### 取組内容

○ 兵庫県たつの市の津田宇水産株式会社は、実需者の形態に合わせた冷凍殻付牡蠣、冷凍むき身、冷凍ハーフシェルをシンガポール、インドネシアなどのアジア圏、アラブ首長国連邦やサウジアラビアなどの中東圏への輸出拡大に取り組むとともに、牡蠣料理等を提供するレストランの運営や牡蠣の加工品を開発・製造。

### 取組に至った経緯

○ 播磨地域の養殖牡蠣は身が大きく、海外では人気が高いことから、生食用冷凍牡蠣の輸出拡大に取り組む。

### 取り組む際に生じた課題と対応

○ 冷凍時間の短縮、品質保持、コスト削減が課題であり、スーパージェット式フリーザーの導入により冷凍時間を半減し、品質保持と安全性を向上。

### 取組の成果

○ 輸出によって、国内外で津田宇水産株式会社の知名度がアップし、自社製の養殖牡蠣のブランド力が向上。  
○ 令和4年度 輸出に取り組む優良事業者表彰 輸出・国際局長賞

### 今後の展望

○ 今後は、「食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業」を活用して令和3年に整備した加工施設と機械を活用し、小売向け牡蠣加工品の輸出拡大に取り組む。



津田宇水産株式会社のレストラン

## 加工品の輸出

### 兵庫県たつの市

#### 兵庫県手延素麺協同組合



手延べそうめん「揖保乃糸」  
の美味しさを世界へ

### 取組内容

- 兵庫県手延素麺協同組合は、明治20年9月(当時は「播磨国揖東西両郡素麺営業組合」の名称)に設立された歴史ある協同組合。
- 手延べそうめん「揖保乃糸」の美味しさを世界中の人々に認知してもらい、アメリカ・アジアを足がかりとして、近年はヨーロッパ方面の市場を開拓するため展示会出展や、小売店での販促に取り組む。

### 取組に至った経緯

- 国内マーケットは、少子高齢化や食の多様化により消費が頭打ちになっているため、世界に販路を拡大するため、2006年から海外市場への取組を開始。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 輸出先の原材料や食品添加物、包材などの規制をクリアできる体制を構築。
- 国内・海外展示会に積極的に出展し、新たな販路拡大を目指し取組を実施。  
また、輸出向けの新商品開発や自社ホームページの多言語化にも注力。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和4年度近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞
- 令和6年1月に、輸出事業計画の認定を取得(品目:手延べそうめん)
- 令和6年8月27日「揖保乃糸(イボノイト)、IBONOITO」が地理的表示(GI)として登録(登録番号第154号)

### 今後の展望

- 手延べそうめん国内No.1の生産シェアに裏打ちされた「美味しさ」・「品質の高さ」・「安全安心」を世界に広めるため、今後もブランド認知・販売拡大に取り組み、西播磨の地場産業として更なる発展を遂げたい。
- 兵庫県乾麺協同組合と連携し、「播州乾麺」の認知を高め、海外輸出拡大を目的に、2021年に「播州乾麺輸出拡大協議会」を発足し播州乾麺の海外マーケットの販路拡大に取り組む。



## 奈良県葛城市

### 梅乃宿酒造株式会社

## 加工品 の輸出



一  
国  
一  
代  
理  
店  
戦  
略  
に  
よ  
る  
梅  
乃  
宿  
ブ  
ラ  
ン  
ド  
構  
築

### 取組内容

- 梅乃宿酒造株式会社は、奈良県の梅農家等から、国内産の農産物にこだわった仕入れを行い、梅酒などのリキュールを製造。果物のお酒は海外ではなじみ易く、認知度が高い。農家からは、活用していなかった山を活用して梅等の栽培を行い、栽培のための設備投資等により増産に取り組んでいるといった声が聞かれる。
- 2002年にアメリカから始まった梅乃宿の世界進出は現在、アメリカ、香港、台湾、中国を中心に、オーストラリアやシンガポール、さらにはヨーロッパ諸国、アラブ首長国連邦など世界25か国でその名前が認知され始めている。

### 取組に至った経緯

- 国内の日本酒需要が低迷し、売上減少に苦しみ中、2002年に海外への輸出に取り組む大手酒類卸売業者からの声かけにより、アメリカ輸出へチャレンジ。
- アメリカでインポーターとして活動する日本人と知り合い、現地代理店と繋がり直接販売を開始。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 国によっては一国一代理店とすることで、価格競争とならない仕組みを選択。代理店選定において、希望する取扱い店舗や販売方法のヒアリングから販売数を決め、目標を設定し、達成見込みの高い代理店を選定。
- 現地嗜好に合わせた甘さを抑えた桃リキュールや、現地果物を用いたリキュール等、現地代理店と共に開発し現地専用に生産。果物のお酒は浸透しやすく、日本酒にこだわらず、現地の好みに合わせて様々な酒類を提案。



### 取組の成果(受賞等)

- 海外におけるブランド力向上と利益の確保ができ、国によってはコンテナ単位での出荷も増加している。
- 令和4年度輸出に取り組む優良事業者表彰 農林水産省輸出・国際局長賞

### 今後の展望

- 酒類の中でも当社と異なる分野・市場を持つ海外企業とタイアップし、新商品開発を実施中。新商品・新市場への提案で、売上拡大を見込む。

## 大阪府大阪市

### 株式会社クボタ

## コメの 輸出



現地精米で美味しいお米の  
バリューチェーンを再構築

### 取組内容

- 玄米輸出と現地精米をコンセプトに、この10年ほど日本産米の買付・輸出事業を展開している。
- 農業機械輸出事業で培ったネットワークを活用。また、グループの総合力を活かして現地精米販売会社を設立するとともに、保冷倉庫を整備し、現地需要者とのパイプを作って市場開拓を進めている。
- 2024年までに累計5万tの米を輸出しており、日本産米の市場創造と販路開拓に貢献。

### 取組に至った経緯

- 国内の米需要が減り続けており、海外市場を開拓することが必至である中、市場調査を重ね、新しいビジネスモデルを検討。2011年10月に日本産米の現地精米販売会社を香港に設立。2012年より輸出事業を開始し、2013年にはシンガポール、2024年にはハワイへ拠点を展開した。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 海外は家庭内消費より外食が中心で、ブランドや食味よりも、価格、一定品質、安定供給体制が重視されるため、海外各地に現地販売会社を設立し、最終品質・販売まで責任を持つこととした。
- 当社取り組み前は、一般的に日本で精米された後、常温コンテナによる輸送と常温倉庫での保管を経て最終需要者に提供されていたが、乾燥・変色・虫害が頻発していたため、玄米の状態で輸出して現地精米を行い、品質向上を図った。玄米の輸出に当たっては保冷コンテナを利用し、現地では保冷倉庫を設置することで、品質劣化を防止している。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和5年度輸出に取り組む優良事業者表彰 農林水産大臣賞

### 今後の展望

- 更なる新規海外輸出拠点(販売会社・倉庫)を検討していく。
- 現地事業で培ったネットワークを活用し、海外拠点から周辺諸国への日本米再輸出による販路開拓を推進。ハラール認証取得も進め、イスラム圏への販路拡大も狙う。
- 未来の米農家の担い手育成に取り組む。

## 京都府宇治市

### 株式会社ヤマサン

## 茶、味噌、 出汁の 輸出

和食文化と健康をアピール  
越境EC・インバウンド需要



### 取組内容

○日本茶や味噌などの商品や和食文化を海外へ発信しながら輸出に取組み、世界60ヶ国以上の海外企業に向けてサンプルを提供するなどの事業を展開し、越境ECを中心にアメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、オーストラリア、東南アジア等に販路を拡大。

### 取組に至った経緯

- 1994年(有)ヤマサン信州味噌設立、翌年、株式会社ヤマサンとし、食品訪問販売、通信販売、試食カフェへと柔軟な業態転換を図る。
- 2010年に自社店舗をオープン。インバウンド観光客の増加と帰国後のリピート購買があったことから、2012年より海外観光客をターゲットとした店舗事業に注力。
- 2014年に海外卸事業部を立ち上げ輸出事業に参入。2015年に越境EC事業を開始。
- 2023年店舗兼和カフェを「日本茶と熟成味噌料理の店ヤマサン」にリニューアルし、伝統的な食材を使った和定食も提供。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 海外事業では大手事業者との競争は難しく、和食文化とオーガニックをコンセプトに、複数の仕入れ先から産地や品種を取り揃えるなど独自の品揃えで差別化を図り、他社にない強みを生かし海外ニーズをとらえる。
- 国内通販の経験を活かし、輸出商社を介さずサンプル提供やデザインも自社で行うなど中間コスト及びタイムロスを削減し、商品開発から販売までのワンストップサービスを提供。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和5年度輸出に取り組む優良事業者表彰 輸出・国際局長賞

### 今後の展望

- 茶筌の使い方やお茶の淹れ方の動画を配信するなど、日本文化の普及を図る。
- 海外の人材を積極的に活用することにより、きめ細やかな多言語対応や取引相手国の拡大を目指す。



六種の国産厳選素材に”玉露のうまみ”と”ほうじ茶の香ばしさ”を加えた、すっきりと上品な味わいが特徴の万能だし

## 大阪府大阪市

### 株式会社小林順蔵商店

## 加工品の 輸出

日本酒、焼酎、リキュール  
などを欧州諸国へ



### 取組内容

- 日本酒になじみのない国をターゲットに現地のインポーターを通じレストランや小売店等でマーケティングを実施。
- 日本食レストランや食材店だけでなく、現地で暮らす一般の人々に届くような販売チャネルの開拓。
- 輸出可能な商品の一覧検索・見積書作成がワンストップでできるWEBシステム「Quick SAKE Quote」を構築。

### 取組に至った経緯

- 日本酒の海外輸出は数量・金額ともに毎年増加傾向にあるものの、輸出先国の大半は上位5ヶ国に偏っており、まだまだ日本酒が全世界に浸透していないため、輸出後発組の酒蔵でも活路があると考えた。
- 言語的、規模的、時期的に海外輸出に取り組めていない各酒蔵と協力して、新たな日本酒市場を開拓して世界の日本酒市場を拡大すべく努力している。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 大きなシェアを有している米国や香港等も日本酒の総生産量からすると比較的小さな市場であるにもかかわらず、既に有名銘柄などが多く販売されており、苛烈な競争のある市場でコンスタントに売り上げを伸ばしていくことは困難ではあるが、欧州という新しい市場で、さらには現地系インポーターを活用した、「真の現地市場開拓」を行った結果、スイスやルーマニア、ドイツ等まだまだ日本酒が輸出されていない国を開拓。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和5年度 近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞受賞

### 今後の展望

- 日本酒輸入を検討するインポーター向けに、ワンストップで輸入可能な商品検索、見積書依頼まで行うことのできる「日本酒海外輸出WEB自動見積もりシステム」(Quick SAKE Quote)というサービスをさらに充実させるとともに、取扱商品をデータベース化する。

## 加工品の輸出

大阪府東大阪市

株式会社モトックス



ワイン文化が根付く国へ日本酒の浸透を図る



### 取組内容

- 日本各地の蔵元と共同開発したオリジナルブランドCraft Sakeを中心とした日本酒の輸出事業に取り組む。
- Craft Sakeは「ワインのように世界で愛される」をコンセプトとした日本酒ブランドで、ワインの輸入卸売事業で培ってきたノウハウや国際感覚とその土地ならではの「風土」を映し出す表現力を掛け合わせることで、日本酒の新しい可能性を追求。

### 取組に至った経緯

- 日本酒業界では国内消費の減少を受け、高付加価値商品の開発や海外販路開拓の必要性が指摘される中、人的リソースや流通ノウハウなどの不足により、商品開発や販路開拓に苦戦している中・小規模の酒蔵も多く、Craft Sakeの取組は、蔵元から高い技術や個性、既存の流通網や輸出に必要なノウハウやリソース、情報力を組み合わせることで、蔵元・当社それぞれがWin-Winな関係性を保って双方の売上増加に貢献。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- ワイン事業において全国4,000軒の幅広い販路と1本単位の混載で気軽に発注できる受注システムを有しており、Craft Sake販売にも活用することで、国内売上は伸ばすことができている。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和5年度 近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞受賞

### 今後の展望

- 国内での安定的な販売基盤によって、新規・既存取引蔵元との積極的な新商品開発に取り組み、海外消費者のニーズに合う商品開発にも力を入れている。海外輸出や新商品開発により、中・小規模の蔵元の事業存続や新たな可能性発見に寄与すると共に、品質、味わい、ストーリー、産地の想起などにこだわったCraft Sakeの輸出拡大は、海外での日本酒ファンの増大、市場拡大も期待できる。

## 兵庫県姫路市

### 和牛マスター輸出拡大コンソーシアム

## 牛肉の輸出



全国のブランド和牛を  
姫路発でプロモーション

### 取組内容

- ANA国際線機内食への提供やアメリカ・オランダでの政府関係者、現地バイヤー、飲食店などを集客したイベントを開催。
- 2023年からはワールドオークションと称し、世界各国の牛肉取扱事業者を姫路に参集し、セリ販売やカット実演デモを行い、国産和牛の海外での認知度向上を図っている。

### 取組に至った経緯

- 神戸ビーフを代表とする国産牛肉の輸出拡大に向けて、生産者、食肉流通業者等によるコンソーシアムを設立した。そのスケールメリットにより全国のブランド牛を安全・安心の下で姫路から世界中へ届けられている。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 米国、EU諸国への輸出品目の8割は、ロース部位が占めていることから、ロース以外の部位の輸出拡大が課題であったため、和牛肉のセカンダリー部位の活用方法(カット技術、調理方法等)を丁寧にアピールするプロモーションを実施するなど、その認知度を高めてきた。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和6年度 輸出に取り組む優良事業者表彰 農林水産大臣賞受賞

### 今後の展望

- 輸出拡大の要因は、諸外国での神戸ビーフを中心とする和牛肉の認知度の拡大(プロモーションの成果)と品質に優れていることにあり、今後ともマーケットイン対応と併せ、フルセット、セカンダリー販売の道筋の開拓を行う。
- 輸出対象各国の需要に応じたマーケットインに基づき、きめ細かな対応を行い更なる輸出拡大に繋げる。
- 毎年春に行っている国産銘柄和牛のオークションを継続開催し、国産和牛肉の更なる輸出拡大を目指す。



## 滋賀県高島市

## 大吉商店株式会社

牛肉の  
輸出未開拓市場へ進出し、地域  
ブランドを世界へ発信

## 取組内容

- 米国、EUなどの競合を避けつつ、アジアを中心に事業展開しており、「生産者による6次化」の特徴を全面に押し出し、「和食文化」とともに一体的に粘り強く伝達する手法等を基本に営業活動を続け、近江牛肉を無駄なく輸出できる取組を継続して販路を拡大させてきた。

## 取組に至った経緯

- 2001年のBSE(牛海面状脳症)によりストップしていた輸出であるが、輸出再開の機運上昇に伴い、輸出向けを意識した近江牛の飼育・管理を工夫し、生産から加工、流通までを衛生的に一元管理することにより、安心安全の「見える化」を実現。高品質な商品を安定的に、サステナブルに届けることを通じて消費者の高い信頼を得た。

## 取り組む際に生じた課題と対応

- 6次化の特徴を活かしつつ、と畜・カットを経て部分肉・精肉・加工肉にして、直接、海外のバイヤーに販売するビジネスモデルであり、取引ルートの確立が課題であったが、百貨店ビジネスの取引人脈、県知事のトップセールスの海外展開への同行や全国肉牛事業協同組合の輸出事業の活用等、販売セールスを代表自ら行い開拓することで海外バイヤーを発掘し、海外との直接販売にて、1つ1つ輸出ルートを確立してきた。

## 取組の成果(受賞等)

- 令和6年度 輸出に取り組む優良事業者表彰 輸出・国際局長賞 受賞

## 今後の展望

- 「和食」が無形文化遺産に登録されたことを機に、近江牛を食材にした和牛会席料理を担当シェフと海外シェフとがコラボレーションしたイベントを展開。
- インターン受入や相手国における産学連携を併せて進め、日本文化を効果的に発信しながら和牛肉の需要開拓の一層の強化を計画。さらに、和食文化の発信を基本とするビジネスモデルについて、成長著しいインドネシアやドバイなどイスラム圏への輸出に向け、相手国に応じた修正を図りながら進めることを検討。

## 大阪府羽曳野市

### チョーヤ梅酒株式会社

## 加工品の の輸出

産農一体となって「梅酒」の  
魅力を世界に届ける



## 取組内容

- 国ごとの嗜好や規制に合わせ、戦略的に商品を開発。アメリカでは梅酒にワインをブレンドし販売。ドイツのOEM工場に梅果汁を輸出し、現地で発酵させて梅ワインを製造。韓国向けノンアルコール商品の販売などニーズに合った独自の海外展開を図る。
- 和歌山県産を中心に国産梅を100%使用しており、JAを介して約5,000軒の農家から梅を仕入れている。

## 取組に至った経緯

- 酒類としては他社に先駆けてアメリカへの輸出を開始。日本の文化である梅酒をブランディングし、生産・製造ストーリーとともに世界にその価値を伝えていきたいという思いから現在に至っている。

## 取り組む際に生じた課題と対応

- 韓国ではまだノンアルコール市場が日本程認知されておらず、ビールが一部販売されているのみであったが、それを商機と捉え、輸入業者と共に、酔わないゆずッシュを先行発売。オンライン販売を中心に露出を上げる事で、徐々に人気が高まり、現在は主力の酔わないウメッシュも韓国専用缶を製造・販売している。

## 取組の成果(受賞等)

- 令和6年度 輸出に取り組む優良事業者表彰 輸出・国際局長賞 受賞

## 今後の展望

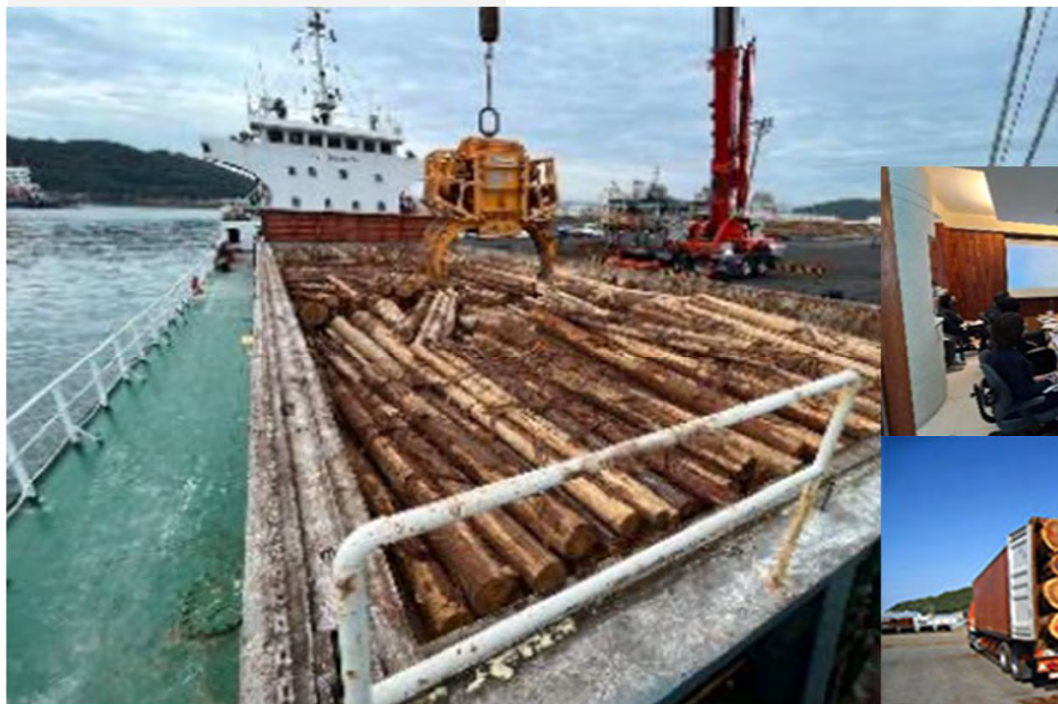
- 積極的に展示会へ参加、試飲販売を行う事で、コンビニ大手からの引き合いも増え、増産体制を整えている。
- 韓国ではRTD(Ready To Drink: ふたを開けてすぐ飲めるアルコール飲料)ハイボールブーム。CHOYAはノンアルコール部門のRTDを市場で牽引すべく、更なる拡大を狙っている。

## 大阪府大阪市

### 瀬崎林業株式会社

## 原木 の輸出

## ニーズに応じた 国産材を輸出



### 取組内容

- 同業他社に先がけて原木(丸太)の輸出を開始。内需縮小が懸念される中で、外需拡大に向けた戦略を展開。
- 日本の森林の持つポテンシャルを最大限発揮できるよう、国内の地域とのつながりを構築しながら、輸出先国の現地のコミュニティを活性化させ、求められているニーズを正確に把握。

### 取組に至った経緯

- 日本の人口減少に伴う内需縮小が懸念される中、需要拡大の対策として、需要を海外に求める戦略が必要だと考え2010年に輸出を開始した。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 日本は輸入国とのイメージが根強く、それを払拭する必要性があった。あわせて、日本と海外での価値観の違いからニーズの把握が大切だと考えた。
- 日本資源の豊富さを海外の視点からアピールするため、現地のコミュニティを活性化させ、求められているニーズの正確な把握に努めた。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和6年度 近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞

### 今後の展望

- 将来的に中国、台湾、韓国以外の輸出先国を拡大。
- 国内向けにも力を注ぎ、輸出と国内向けの両軸で対応を進める。
- 物価の高い国をターゲットに、2×4(ツーバイフォー)などを安定的に供給。

## 兵庫県姫路市

### 播州乾麺輸出拡大協議会

加工品  
の輸出

播州乾麺を世界へ



### 取組内容

- 日本国内最大の乾麺生産地である兵庫県内の「兵庫県乾麺協同組合」と「兵庫県手延素麺協同組合」の2つの組合が相互協力して発足。産地ブランド食品「播州乾麺」の輸出拡大を目指して活動。
- 多言語に対応する協議会HPを立ち上げ、世界中の人々に向けて「播州乾麺」を発信し認知度向上に活用。

### 取組に至った経緯

- 当地では古くから乾麺製造が盛んな地域であり、個々の事業者による単品での輸出等も行われてきたものの、地域ブランドを活用した総合的な輸出の取組には至らず単発的な輸出でしかなかった。機械製乾麺はもちろんのこと、日本国内では圧倒的な知名度を誇る「揖保乃糸」でさえも海外市場においてはブランド確立に課題があったため、地域の事業者が相互協力し合い産地ブランドである「播州乾麺」を軸とした海外市場へのアプローチを開始。

### 取り組む際に生じた課題と対応

- 乾麺は賞味期間が長く常温で長期保存が可能、容積が小さく船便での輸出が容易、茹でるだけの簡便調理が可能で茹でたての美味しい麺が世界中で味わえる、歴史ある日本食文化の一つで海外の方からの関心が高いなど、海外輸出においてのメリットが沢山あるにも関わらず、乾麺事業者がその強みを理解していない。また、食べ方提案の紹介が不十分なことや商品の差別化が不明瞭でわかりにくいなどが課題であった。そのため、播州乾麺輸出拡大協議会という「地域クラスター組織」を結成し各事業者が一体となって「播州乾麺」のブランディング化を推進。

### 取組の成果(受賞等)

- 令和6年度 近畿農政局輸出に取り組む優良事業者表彰 近畿農政局長賞

### 今後の展望

- 手延べを含めた乾麺の国内No.1の生産シェアに裏打ちされた「美味しさ」・「品質の高さ」・「安全安心」を世界に広めるため、今後もブランド認知・販売拡大に取り組み、播磨の地場産業として更なる発展を目指す。