

# 菓子類の輸出のポイント・輸出先進事例

アクセンチュア株式会社 戦略コンサルティング部  
講演者： シニアマネジャー 小栗史也 様

## 講演概要

輸出における「チーム作り」の重要性や、和菓子・スイーツに関する輸出拡大の方向性、輸出プロモーション戦略のポイントの紹介と並行輸出への対応について、海外での成功事例を交えて具体的に紹介いただき、ブランドの形成・確保による輸出促進について講演された。

## 講演者プロフィール

2014年から日本産農産物の輸出に向けた海外調査・輸出戦略策定・輸出支援業務を継続的に従事しており、2018年以降GFPの立上・運営に責任者として参画しており、加工食品部会の立上・運営にも注力。様々な事業を推進する中で身につけたノウハウを活かし、海外輸出のサポートを多数経験。

## セミナー要約

### I. 日本における菓子類輸出の現状

#### ～順調に推移している日本のお菓子～

菓子類の輸出は好調に推移しており、海外の菓子カテゴリーは期待値が高い。特に近畿圏はインバウンドの観光客が多いため、現地で食べてもらい近畿の良さを知ってもらい、帰国後消費に繋げるようなサイクルが狙える。

### II. 輸出成功に向けたポイント

#### ～輸出成功の鍵は「チームづくり」～

輸出は「チーム」で取り組むことが重要。新たに取り組む事業者や規模の小さな事業者の場合には、地域などでまとまって、輸出商社や輸入業者・海外小売店、輸出関連事業者、物流会社、菓子パッケージのデザイナー・PR会社、輸出コンサルなど、「チーム」で一丸となって取り組むことが大切。農水省や府県の支援を受けながら始めると取り組みやすい。海外での販売先としては、日系スーパーや百貨店、コンビニ、ローカルなハイエンドの小売店、EC、中食店、外食店などがあり、輸出5兆円への貢献を目指すなら、店舗数・市場規模が大きい「現地系チャネル（小売・外食）」の販路を開拓し、**大ロット輸出を目指す**ことが重要。チーム作りのポイントの1つとして、**輸出商社が非常に重要**（GFPメンバーの9割は間接貿易）であり、近畿圏のチームでいくと、関西の商社が小ロットでいろいろな商品を集め、「関西ブランド」として、多様な売り先を開拓していくことが望ましい。

#### ～事業者が熱意をもつこと～

経営陣が輸出に取り組む覚悟と信念を持ち、リスクを鑑みて将来を見通して、海外向けの販路を作り、社内で輸出機運を醸成し、規制対応や販売対応など社内で連携し、社外のパートナーとも連携することが必要。マーケットインでの商品開発や規制対応、賞味期限の見直しや延長への対策が必要。

#### ～加工食品クラスターの組成～

複数メーカーが連携した輸出促進体制である「加工食品クラスター」の組成を推進していく役割も重要。いろいろなパターンがあるが大きく3つに分類。**①単一品目・地域性あり、②単一品目・地域性なし、③複数品目・地域性あり** 1社1社では負担が大きく困難であるが、加工食品クラスターでの取り組みであれば、地域や品目の魅力の発信が可能。

### III. 輸出プロモーション戦略

#### ～和菓子・スイーツに関する輸出拡大の方向性～

ローカライズ（和と洋の中間）による大ロット輸出の方向性に加え、地域ブランドを活かしたスイーツのアジア圏輸出、日本の伝統的和菓子の本物・伝統訴求も有望。

#### ～和菓子・スイーツに関する輸出拡大の方向性～

ローカライズ（和と洋の中間）による大ロット輸出の方向性に加え、地域ブランドを活かしたスイーツのアジア圏進出、日本の伝統的和菓子の本物／伝統訴求も有望。

訴求要素は、①『ローカライズ（和と洋の中間）』（どらやき・大福⇒チーズ味・クリーム味・抹茶味等）、もちアイス⇒現地消費者の嗜好に合った定期的な新商品投入。②『地域ブランド・安心／安全、品質／味の良さ』（冷凍ケーキ（北海道産）、バームクーヘン、カステラ）⇒「北海道産」をはじめとした高品質な原材料による「地域ブランド訴求」、食品安全性への感度が高い健康志向層へのプロモーション。③『日本らしさ・本物／伝統』（伝統的和菓子：大福・饅頭、くずもち、ゼリー菓子）⇒贈答用需要向け提案、複数品目セットでのプロモーション・日本文化の認知向上、黒蜜きなこ味、桜風味等、日本の独自性。

#### ～並行輸出対策～

並行輸出の問題点は、当該商品及び日本ブランドの毀損、小売店及びメーカーの不利益が生じる可能性。卸売業者等に対する並行輸出に関する啓もうや契約などの並行輸出対策、輸出ガバナンスの強化・確保が必要。

メーカー・輸出商社・輸入業者が連携の上で現地ECを通じて、地域・食文化の魅力発信と商品販売を結び付けた提案

地域紹介(どこで) × 企業紹介(誰が) × 商品紹介(何を)



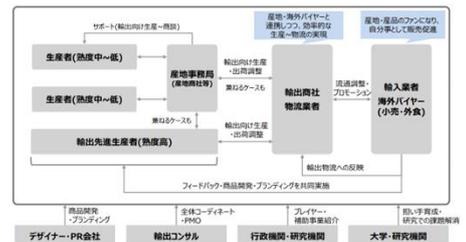
#### 台湾現地調査結果（速報）

ローカル小売でも日本製菓子は多く、子供向け・グミ系・玩具菓子等も多く見られる。展示会ではたい焼きに長蛇の列が出来ており、日本和菓子への期待の高さが伺えた。



#### 輸出における「チームづくり」の重要性

海外バイヤーを含めたチームづくりを行いつつ、大ロット安定供給に向けて生産者を束ねる「産地事務局」や全体をコーディネートする輸出コンサル等も重要。



## まとめ

近畿における菓子輸出促進のため、GFP加工食品部会を活用して、加工食品クラスター組成を目指すことを結びとして、講演をいただいた。

セミナーのアーカイブはこちらよりご覧いただけます。

