

商社



# 大阪府 (株)エス・トラスト 『菓子類、食品を世界各国へ』

## 【主な品目】

菓子類、食品

## 【主な輸出先国・地域】

香港、北米、中国、台湾、マレーシア、  
シンガポール、ベトナム等

## 【輸出取組の概要】

- ◆ 国内外の輸出向け展示会、商談会に積極的に参加
- ◆ 賞味期限の延長、価格設定等海外市場に合わせた商品を企画開発
- ◆ 2019年4月から「食品輸出促進地域商社連絡協議会」に参加

## 【輸出実績】(平成27年度より輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和元年度	20,000	1,000	通年
平成30年度	12,000	600	
平成29年度	7,000	350	

## 【効果があった取組】

- ・「Made In Japan」を記載する等、日本らしいパッケージを意識し、大手メーカー商品との差別化を行った。
- ・外国人スタッフを採用し、現地バイヤーと直接やり取りを行い現地でのニーズを聞き出した。

## 【取り組む際に生じた課題】

- ・ 日本商品を輸出すると輸送時に賞味期限が目減りしてしまい、バイヤーからは日本国内よりも長い賞味期限を求められる
- ・ 日本商品を輸出するとどうしても現地価格より高くなり、自社製品が富裕層向け、高級スーパー向け商品になってしまうこと
- ・ 現地での販売先の開拓、現地の価格や規制の調査

## 【生じた課題への対応】

- ・ 原材料、パッケージを変更、賞味期限の延長した輸出専用商品としての企画開発を実施
- ・ 現地の間屋、小売店に積極的に商談に伺い、自社商品の営業活動を行った
- ・ 国産原料等日本らしさにこだわった商品を企画開発、価格だけでなく付加価値を追求

## 【対応の結果】

- ・ 商品が現地ニーズに合わないことが多かったが、コンビニやスーパーでの採用が決まり、コンテナ単位での輸出が定期的に可能となり、毎年輸出額が増加している
- ・ 海外ビジネスはネットワークが非常に大切。現地での商談等で海外企業とのネットワークが出来たと思う
- ・ 実際は、現地生産品や他国の類似商品と価格を比べられることが多く、こだわりの原料等の付加価値が伝わらなかった

## 【今後の課題・展望】

- ・ 大手メーカーの商品が現地ニーズの高さがあるのが現状。地方にはまだ美味しい食物が多数あり、地域の菓子、食品メーカーと取り組み、販売国向けにオリジナル商品としてアレンジし、日本食材の輸出拡大を目指す
- ・ 価格競争にならないように、現地で当社のブランドを確立する
- ・ 日系スーパーだけでなく、現地系スーパーへの拡販や海外オンラインサイトでの販売



Food Taipei 2019



パッケージに「Made in Japan」を商品に記載

【活用した支援・施策】JETRO主催の商談会・展示会。食品輸出促進地域商社連絡協議会で商談会、展示会への参加

【ウェブサイト】<https://www.s-trust.jp/>

【連絡先】担当者名: 嵯峨原健二、TEL: 06-6535-7580