

九州の輸出取組事例集 (令和7年度更新版)

九州農政局 輸出促進課



農林水産物・食品の輸出取組事例(令和7年度)

ページ番号をクリックすると該当ページへ移動します。

県名	ページ	事業者名	主な品目	主な輸出先国・地域	
福岡県	2	株式会社糸島みるくプラント	加工食品	のむヨーグルト伊都物語	香港、シンガポール
	3	株式会社吉岡製菓所	加工食品	地飴シリーズ（九州産原料にこだわった飴）	イギリス、フランス、アメリカ他
	4	鶴味噌醸造株式会社	加工食品	味噌、味噌加工品	台湾、香港、フランス、その他20カ国
	5	柳川冷凍食品株式会社	加工食品	海鮮パスタ、スリミサラダ、魚の西京漬等	タイ、香港、シンガポール、アメリカなど
	6	株式会社若山食品	加工食品	高菜漬、ごま高菜漬、高菜油炒め	アメリカ、カナダ、タイ、ベトナム、スペイン等
	7	株式会社高橋商店	加工食品	ゆず果汁、ゆず皮、ゆずすこ、のりクロ	タイ、米国、EU、香港、他
	8	株式会社七尾製菓	加工食品	ビスケット、クッキー、せんべい、ドーナツ	東アジア、オセアニア、北米、南米
	9	株式会社ごとう醤油	加工食品	醤油、調味料	フランス（経由で周辺13カ国）、中国、イギリス、オーストラリア
	10	(株)のぼる	加工食品	冷凍おにぎり、冷凍いなり、冷凍おはぎ、冷凍シャリ玉、酢飯	アメリカ、スペイン、フランス、イギリス、オーストラリア、南アフリカ
	11	株式会社Fu	水産物	冷凍フグ、うなぎ	シンガポール、マレーシア、オーストラリア、香港
12	株式会社アクアグローバルフーズ	水産物	殻付き活牡蠣、冷凍殻付き牡蠣	香港、台湾、シンガポール、カザフスタン	
佐賀県	13	株式会社まんてん	加工食品	ごま加工食品（ごまさぶれ、ごまドレッシング、ごまミックス、ごま塩等）	香港、上海、台湾、シンガポール、米国、EU
	14	三栄興産株式会社	加工食品	麦茶、健康茶、ハーブティー	米国、香港、台湾、欧州、東南アジア
	15	株式会社石橋果樹園	青果物	温州みかん	香港・ベトナム・カナダ
長崎県	16	株式会社エコグリーンヒガシ	花き	観葉植物（ゴムの木など）	香港・シンガポール・マカオ
大分県	17	(株)高橋製茶	茶	有機緑茶	ドイツ、フランス、デンマーク、アメリカ
	18	浪井丸天水産	水産物	ハマチ	台湾、米国
	19	大分県椎茸農業協同組合	林産物	乾しいたけ、乾しいたけ加工品	アメリカ、イギリス、オーストラリア、香港 等
	20	日田木材協同組合	林産物	製材品（スギ、ヒノキ）	アメリカ、韓国、中国
宮崎県	21	ヤマエ食品工業株式会社	加工食品	醤油加工品、醤油、味噌加工品、味噌	スウェーデン、アメリカ、フランス、ドイツ、台湾、香港、韓国等
	22	農業生産法人 有限会社すき特産	加工食品	ゆずスライス、ゆずピール、柚子胡椒	アメリカ、オーストラリア、ニュージーランド等
	23	有限会社大塚園	茶	煎茶、碾茶	ドイツ、米国、スイス等
	24	株式会社杉本商店	林産物	乾しいたけ・しいたけパウダー	米国、EU、香港、台湾、ベトナム等（全24カ国）
	25	南日本酪農協同株式会社	畜産物	牛乳（LL牛乳）、乳製品	香港、台湾、シンガポール、アメリカ等
鹿児島県	26	ヘンタ製茶（有）	茶	霧島茶、有機茶、抹茶等	米国、台湾、フランス、カナダ、デンマーク、スイス、フィンランド、カナダ、スペイン、イギリス、オーストラリア



福岡県 株式会社糸島みるくぷらんと 『伊都物語、糸島から海外へ』

【主な品目】

のむヨーグルト伊都物語

【主な輸出先国・地域】

香港、シンガポール

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内の売り上げ減少カバー、新規売り上げ確保のための輸出。
- ◆ 輸出による自社ブランド力の向上。

【輸出実績】（平成17年度より輸出開始）

	輸出量(ℓ)	出荷時期
令和6年度	55,213	通年
令和5年度	41,218	
令和4年度	38,749	

【効果があった取組】

○福岡フードビジネス協議会への参加による情報収集やフードエキスポ香港などの展示会への参加により、新規輸出先の獲得及び輸出量の増加。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 短い賞味期限。
- 2 現地での更なる認知度の向上。

【生じた課題への対応】

- 1 賞味期限延長の検討のため、賞味期限の再確認。
- 2 店舗でのフェア等開催による販売促進を実施。

【対応の結果】

- 1 賞味期限をさらに延長することができた。
- 2 フェアの実施回数の増加による認知度向上及び定番発注数量の増加。

【今後の課題・展望】

- 1 ドライ商品の開発および販売。
- 2 フェア等企画の立案及び提案による更なる認知度の向上。
- 3 輸出エリアの拡大、製造能力・供給量アップ。

【活用した支援・施策】「福岡フードビジネス協議会」への入会、「フードエキスポ香港」への参加

【ウェブサイト】<http://www.itomonogatari.com/>

【連絡先】 担当者名:小宮 T E L :092-332-2345

APITA太古での
糸島フェアの様子フードエキスポ香港での
販売の様子



福岡県 株式会社吉岡製菓所

『北九州発の地飴を世界へ』

【主な品目】

地飴シリーズ（九州産原料にこだわった飴）

【主な輸出先国・地域】

イギリス、フランス、アメリカ他

【輸出取組の概要】

- ◆ 大手100円ショップの定番商品として海外店舗でも販売。
- ◆ JETRO、北九州市の事業を活用し、国内輸出商社とのマッチングによる海外販路開拓。
- ◆ 様々な商社からのサンプル送付依頼に速やかに対応し、海外からの定期的な受注を獲得。

【輸出実績】（平成24年度より輸出開始）

	輸出額(対前年比)	出荷時期
令和6年度	102%	通年
令和5年度	118%	
令和4年度	108%	

【効果があった取組】

- 商談会へ積極的に参加し、昔ながらの手作り感をPR。
- 古き良き日本らしい包装デザインとこだわりの伝統製法。
- 輸出専門家への相談。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 国、地域毎に輸入規制が異なるため個別の対応が必要。
- 2 船便での常温輸送の場合、商品の品質劣化が懸念される。
- 3 新たに中国へ輸出する際に必要となった原産地証明書やサイン証明書の取得。

【生じた課題への対応】

- 1 輸出プロモーターの指導の下、着色料の変更及び香料（乳成分）を廃止。
- 2 冷蔵コンテナを使用し、商品の品質劣化を防止。
- 3 農政局、商工会議所の担当へ手続きの相談。

【対応の結果】

- 1 規制されていた着色料や香料を変更することで、全ての商品を欧米諸国へ輸出。
- 2 賞味期限が長く、輸送中の品質劣化もないことから、遠方の欧米諸国との商談成立。
- 3 証明書を取得し、中国へもスポット輸出。

【今後の課題・展望】

- 1 甘いものが良く売れるという南米（ブラジル）への販路開拓。
- 2 東南アジアへの輸出が減少傾向にあるため、中国、香港向け販路拡大。
- 3 PL訴訟頻度が高いアメリカへの輸出増加に伴い、海外PL保険への加入を検討。

【活用した支援・施策】JETRO輸出プロモーター事業、ジャパンモール、北九州市海外販路開拓・オンライン商談セミナー

【ウェブサイト】 <https://yoshioka-seikasho.com/>

【連絡先】 担当者名:吉岡浩一 TEL:093-691-3970



海外向けの販促用POP



八女産の抹茶を使用した「地飴」



福岡県 鶴味噌醸造株式会社

『味噌、味噌加工品を東アジア、ヨーロッパへ』

【主な品目】

味噌・味噌加工品

【主な輸出先国・地域】

台湾、香港、フランス、その他20カ国

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内外の商談会、展示会への積極的な参加、活用。
- ◆ 各国の文化、需要、輸出規制の調査、情報収集、分析。
- ◆ 上記分析から最適な商品の開発、提案。

【輸出実績】（平成10年度より輸出開始）

	輸出額(対前年比)	出荷時期
令和6年度	130%	通年
令和5年度	120%	
令和4年度	120%	

【効果があった取組】

- 取引先の意見を積極的に取り入れた商品開発。
- 『Made in Japan』を前面に出したパッケージデザインを使用。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 輸出を担当する人材不足（輸出手続事務、外国語対応）。
- 2 現地ニーズの把握、販路拡大。
- 3 輸出商談の際、国際認証の取得状況を確認する取引の増加。

【生じた課題への対応】

- 1 間接輸出、OEM、小ロットでの対応。
- 2 取引先、貿易会社との密な関係構築。展示会での試食、使用方法の説明。
- 3 HACCPの取得。

【対応の結果】

- 1 輸出時の事務手続きの軽減（直接輸出時よりコスト削減）。
- 2 情報共有が気軽に出来、ニーズの把握、商品開発、販路拡大。
- 3 HACCP取得によるブランド力の向上、販路拡大。

【今後の課題・展望】

- 1 更なるブランド力向上、販路の拡大。
- 2 現地のニーズに応えた新商品の開発・提案。
- 3 HACCPより基準の高い食品安全マネジメントシステムの取得。

【活用した支援・施策】輸出先国規制対応支援事業、有機JAS認証等取得支援事業、JETRO食品輸出商談会、FOODEX、輸出EXPO参加

【ウェブサイト】 <https://www.tsurumiso.jp/>

【連絡先】 担当者名:前原修 TEL:0944-73-2166



フランス「SIAL2024」商談会の様子



フランスでのイベント出店



福岡県 柳川冷凍食品株式会社

『水産加工品を福岡から海外へ』

【主な品目】

海鮮パスタ、スリミサラダ、魚の西京漬等

【主な輸出先国・地域】

タイ、香港、シンガポール、アメリカなど

【輸出取組の概要】

- ◆ 縮小する国内人口とは反対に、増加の一途をたどっている海外各国から日本の食へのニーズがあると知り、新たな販路開拓を目指して平成28年度から事業を開始。
- ◆ 国内外の展示会や商談会（コロナ禍のため主にオンライン）に参加して販路開拓。
- ◆ 各国のニーズや規制に合わせた商品開発。

【輸出実績】（平成30年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	3,939	30	通年
令和5年度	2,462	10	
令和4年度	1,500	6	

【効果があった取組】

- エンドユーザーへ直接試食販売。
- 画像による食べ方の提案。



調理例:海鮮パスタ

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 コロナ感染症拡大による、業務用商品の売り上げ減少。
- 2 輸出担当人材不足（輸出事務手続、外国語対応）。

【生じた課題への対応】

- 1 営業努力による、市販用商品の商談増加。
- 2 社内の人材育成を強化しつつ、輸出担当人材を増員。

【対応の結果】

- 1 市販用商品の輸出国増で売上増加、輸出量は増加傾向。
- 2 輸出担当を増員したことにより営業力の強化。



魚屋がパスタシリーズ
「海鮮と有明海苔のペペロンチーノ」

【今後の課題・展望】

- 1 アジア圏だけではなく、北米への販路拡大。
- 2 新たな商品開発。

【活用した支援・施策】「福岡フードビジネス協議会」への加入、JETRO輸出専門家による個別支援

【ウェブサイト】 <https://www.yanarei.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:釜綾 TEL:0944-73-1124



コロナ対応の冷凍自動販売機



福岡県 株式会社若山食品

『福岡県産高菜漬を北米、東南アジア、欧州へ』

【主な品目】

高菜漬、ごま高菜漬、高菜油炒め

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、カナダ、タイ、ベトナム、スペイン等

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内の漬物消費の減少を契機にJETRO、商社と連携して海外市場へ進出。
- ◆ JETRO、貿易協会等のリモート商談会へ積極的に参加し、新たな販路を開拓。

【輸出実績】（平成29年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	235.5	2.8	通年
令和5年度	236	3.6	
令和4年度	166	2.8	

【効果があった取組】

○輸出先国の規制対応のため、HACCPの第三者認証（JFS-B規格）を取得。
 ○北米向け輸出に対応するため、FDAの登録認証を取得。
 ○海外で規制・禁止されている添加物を代替品に転換した商品開発。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 輸出先国で異なる添加物の規制への対応。
- 2 商品の賞味期限の延長。

【生じた課題への対応】

- 1 輸出先国の規制の対象となる添加物の情報を収集し、代替品へ転換。
- 2 賞味期限を延長するための商品改良、輸送方法の検証を繰り返し実施。

【対応の結果】

- 1 アメリカのFDA登録認証を取得。
- 2 食味を損なうことなく、輸送方法を常温から冷凍へ切り替えることに成功。

【今後の課題・展望】

- 1 国内で販売しているNB商品のグローバル化。
- 2 包装材の見直しなど、輸出コスト削減の取り組みを実施。
- 3 日本発の商品であることを明確化するため、ブランドロゴを従来の「お城」から「天狗」へ刷新する検討を実施。

【活用した支援・施策】JETRO輸出プロモーター事業、地元商工会及び各県貿易協会の支援

【ウェブサイト】 <https://www.wakayama-foods.net/>

【連絡先】 担当者名：若山広利、TEL：0979-22-1274



伝統の製法を守りつつも、最新の設備で製造された各種こだわりの「高菜漬」



ベトナムでの現地商談会



福岡県 株式会社高橋商店

『ゆずの原料と加工品を海外へ』

【主な品目】

ゆず果汁、ゆず皮、ゆずすこ、のりクロ

【主な輸出先国・地域】

タイ、米国、EU、香港他

【輸出取組の概要】

- ◆ 商談会へ積極的に参加。
- ◆ 現地スーパーでのプロモーションに参加。
- ◆ タイでのゆず原料の使用事例を他国へも提案。

【輸出実績】（平成21年度より輸出開始）

	ゆず原料の輸出額 (対前年比)	出荷時期
令和6年度	185%	通年
令和5年度	70%	
令和4年度	145%	

【効果があった取組】

○タイの現地パートナーと連携し、海外での展示会に継続して出展したことで、原料の輸出量が拡大。
○コロナ禍でも現地の販路拡大により売り上げはアップ。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 海外からは賞味期限1年以上、常温保存の商品を希望。
- 2 近年、不作による原料不足、原料高騰。
- 3 国で異なる必要な検査（費用対効果）、認証取得要請（HACCP、FSSC22000等）。

【生じた課題への対応】

- 1 賞味期限の延長、常温保存化できるよう解決策を検討。
- 2 原料確保のため情報収集。
- 3 検査機関数社に確認し、最安値を探し認証取得費用を抑制。
工場認証取得（国内HACCP、2022年には水産加工品の対米HACCPを取得）

【対応の結果】

- 1 継続して、賞味期限の延長や常温保存化に対応できるよう取組中。
- 2 今後の原料確保に向けた産地との信頼関係構築。
- 3 対応可能な輸出国の増加に伴い、海外から商品の問い合わせが増加。

【今後の課題・展望】

- 1 展示会・商談会の費用、言語対応の資料作成等が課題。公的機関の支援が必須。
- 2 「YUZU PREMIUM JAPAN」ブランドで、タイ以外でのゆずの販路拡大を目指す。
- 3 米国食品安全強化法（FSMA）等各国の規制への対応等。



海外での展示会に
YUZU PREMIUM JAPAN
として出展の様子（コロナ前）



タイでのゆずを使用した事例

【活用した支援・施策】JETRO輸出有望案件発掘支援事業、新輸出大国コンソーシアム、JETRO食品輸出オンライン商談会

【ウェブサイト】 <https://www.takahashi-shoten.co.jp>

【連絡先】 担当者名：小野恭子 TEL：0944-73-6271



福岡県 株式会社七尾製菓

『小麦粉焼菓子生産日本一から世界へ』

【主な品目】

ビスケット、クッキー、せんべい、ドーナツ

【主な輸出先国・地域】

東アジア、オセアニア、北米、南米

【輸出取組の概要】

- ◆ リスク分散と取引の効率化のため国内商社を活用した間接貿易。
- ◆ 現地商談会を活用して販路開拓。
- ◆ 海外市場への対応を踏まえたパッケージデザインの変更。

【輸出実績】

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年度	5,000	通年
令和5年度	3,600	
令和4年度	1,700	

【効果があった取組】

○海外・地域ごとの文化の違いに着目。マーケットインを意識したデザイン改善により、売り上げに貢献。



2025ラスベガスでの商談会

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 海外市場での競争力・ブランド力不足。
- 2 納期厳守の案件（通関の関係上）が多く、対応可能数に限りがある。
- 3 国内の免税店・空港など観光客向け販売が未整備。ハラル対応も課題。

【生じた課題への対応】

- 1 展示会・SNSによる露出強化、海外専用パッケージ開発、高付加価値商品の創出。
- 2 リードタイムの見直しを行い、製造ラインを効率的に稼働する事で対応可能数を増加させることが出来た。
- 3 国内の免税店販売の検討、観光客向け商品展開、JICA研修生向け販路開拓、ハラル商品の逆輸出戦略。

【対応の結果】

- 1 認知度向上、営業機会拡大、リピート購入増加。
- 2 品質を維持しながらの増産対応、バイヤーからの信頼性向上。
- 3 インバウンド需要の取り込み、新たな海外展開の可能性創出。

【今後の課題・展望】

- 1 海外に響くブランド強化と高付加価値商品の開発推進（海外向けパッケージ改善・受賞実績を活かした差別化）
- 2 生産効率向上と安定供給・価格安定を両立する体制づくり（設備投資検討・長期契約による価格と供給の安定化）
- 3 免税店・インバウンド販路拡大と直接貿易による海外展開強化。

【活用した支援・施策】輸出先国の市場変化に対応した食品等の製造設備の緊急支援事業
JETRO輸出プロモーター事業・食品輸出商談会、北九州市海外販路開拓・オンライン商談セミナー

【ウェブサイト】 <https://nanaoseika.co.jp>

【連絡先】 担当者名：白石 TEL：093-472-8770



海外専用開発した「パピロ」のパッケージ

R7 FOOD SHIFT セレクション
優秀賞受賞
「ハラル対応焼き菓子」



福岡県 株式会社ごとう醤油

『九州の甘口醤油で世界の食卓に新しい味を』

【主な品目】

醤油、調味料

【主な輸出先国・地域】

フランス（経由で周辺13カ国）、中国、イギリス、オーストラリア

【輸出取組の概要】

- ◆ 国際展示会（SIAL PARIS、Winter Fancy Food Show）へ積極的に出展。
- ◆ 「北九州らしさ」や地域素材を前面に、単なる醤油ではなく「ストーリー性のある調味料」として自社ブランド「GOTO SHOYU」を展開。
- ◆ 現地ニーズ（小瓶やギフトセットが好まれる）に対応したラインナップを強化し高級食材店や百貨店で販売。
- ◆ 無添加、減塩、グルテンフリーなど、欧米の健康志向に合わせた差別化商品を開発。

【輸出実績】（平成24年度輸出開始）

	輸出額(R2年対比)	出荷時期
令和6年度	120%	通年
令和5年度	115%	
令和4年度	115%	

【効果があった取組】

- 信頼を得た現地バイヤーから現地ニーズを把握。
- EUの動物性製品規制を逆手に植物性だし醤油を開発。九州特有の甘みを活かした甘口醤油やだし醤油で差別化するとともに現地料理への応用を提案。
- 現地の実情に詳しいデザイナーと連携しギフト需要を狙った小容量・高級感あるパッケージを開発。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 国ごとに異なる食品安全基準（FDA、EU HACCPなど）やラベル表示規制。
- 2 大ロットや業務用サイズ注文への生産体制の制約。
- 3 展示会後の継続的な取引の定着化。

【生じた課題への対応】

- 1 輸出先の規制に対応するため、JETROや専門家の支援を活用。
- 2 協力会社・委託会社と提携し、業務用サイズや大量生産を外部委託。
- 3 国際展示会（SIAL Paris等）へ「GOTO SHOYU」の継続出展でブランド認知を強化。

【対応の結果】

- 1 現地ニーズに対応した商品開発で販路開拓に成功。
- 2 自社は品質管理とブランド監修に集中することで、伝統製法の価値を維持。
- 3 地元らしさを打ち出した商品が海外展示会でプレミアム醤油としての評価。

【今後の課題・展望】

- 1 生産体制強化のための投資。
- 2 EU「包装規制（PPWR）」への対応。
- 3 ハラル認証取得等の宗教対応で東南アジア市場へ進出。

【活用した支援・施策】 輸出事業計画の認定、JETRO輸出プロモーター事業、各展示会など参加（FOODEX、輸出EXPO、海外ビジネスEXPO九州）

【ウェブサイト】 <https://goto-shoyu.com>

【連絡先】 担当者名：五嶋隆二、TEL：093-671-1171



小倉城のオブジェを使ったスペインバルセロナでの展示会の様子
Seafood Expo Global2025



「みたらしのたれバニラ味」
現地の嗜好と日本の伝統的な味が融合したハイブリッド調味料



福岡県（株）のぼる

『食を通して世界の人々に笑顔をお届けます』

【主な品目】

冷凍おにぎり、冷凍いなり、冷凍おはぎ、
冷凍シャリ玉、酢飯

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、スペイン、フランス、イギリス、
オーストラリア、南アフリカ

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内市場の新たな需要開拓とともに、日本食需要が高まる海外市場への積極進出。
- ◆ 50年にわたる炊飯技術とプロトン冷凍技術を融合し、輸出先国においても高品質を提供。
- ◆ 現地で簡単に解凍・そのまま食べられることにより、年間を通じて安定した需要を創出。また、「食べたいときに食べたい分だけ」により食品ロスを削減。

【輸出実績】（令和4年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年度	4,701	通年
令和5年度	2,597	
令和4年度	428	

【効果があった取組】

- 海外展示会・商談会への積極参加
- 現地嗜好に合わせた具材の開発
- 輸出専門家の支援による国際認証取得



展示会での様子
九州アグロ・イノベーション2025

【取り組む際に生じた課題】

- 1 現行の ISO22000 認証の工場のみでは製造能力が十分とは言えず、FSSC22000認証の取得が求められている。
- 2 効率的な物流・コールドチェーンの未整備。

【生じた課題への対応】

- 1 炊飯第2工場を新設し、FSSC22000認証を取得予定。
- 2 プロトン凍結技術を活用し、輸出商社と連携して物流体制を構築。

【対応の結果】

- 1 増産体制確立と国際認証取得により、大手取引先との契約条件をクリア予定。
- 2 長期保存・品質保持が可能となり、安定した海外輸送を実現。

【今後の課題・展望】

- 1 健康志向や高付加価値を打ち出し、プレミアムスーパーや専門店向けのブランドポジションを確立する。
- 2 国や地域ごとの安全性・品質・表示・包装などの規制に適合した商品ラインアップを整備し、世界市場で高まるフローズン食品需要に対応する。
- 3 冷凍おにぎりに続き、冷凍シャリ玉などの関連商品を海外市場へ投入し、販路をさらに拡大する。



冷凍おにぎり5アイテム集合

【活用した支援・施策】 農水省GFP事業による輸出セミナー・マッチング、JETROによる市場調査・商談会参加支援

【ウェブサイト】 <https://noboru-bento.com>

【連絡先】 担当者名：川添 昌弘、TEL：093-618-3575



福岡県 株式会社Fu

『フグをシンガポール・マレーシア等へ』

【主な品目】

冷凍フグ、うなぎ

【主な輸出先国・地域】

シンガポール、マレーシア、オーストラリア、香港

【輸出取組の概要】

- ◆ 令和4年9月よりシンガポール政府は日本から養殖フグの白子、皮の輸入を追加で許可。
- ◆ 令和4年9月よりオーストラリア向けフグの輸出がスタート。

【輸出実績】（令和3年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年度	5,101	通年
令和5年度	3,181	
令和4年度	1,031	

【効果があった取組】

- 現地のニーズに合わせたフグ加工品の提供。
- 実際に食べることでファンが増えると実感しており、口コミ宣伝が効果的。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 コロナ明けで自由に日本へ渡航できるようになり、シンガポールの高級レストランでの需要減少。
- 2 シンガポールのビザ条件が厳しくなり、日本人シェフが減少。
- 3 マレーシアで現地のフグを違法に食べて死亡事故が発生。

【生じた課題への対応】

- 1 消費者に向けてフグの美味しさをアピールするため試食・アンケートを実施。またレストランや量販店に向けては国際展示会出展や旬の生白子のテイスティング商談会を実施。
- 2 ローカルシェフに向けてフグ料理講習会を実施。
- 3 日本大使館と連携し、日本産フグの安全性をアピールするため、複数のメディア媒体へ情報を発信。

【対応の結果】

- 1 新規でフグを取り扱うレストランが増、フレッシュ便の取扱いも増えた。
- 2 フグの調理に対して苦手意識は低くなった。
- 3 少しずつ注文が復活している。

【今後の課題・展望】

- 1 各国フグのプロモーションを継続する。
- 2 新たな輸出可能な国、例えば台湾への日本産フグ加工品の輸入解禁させる。
- 3 30年以上州によって規制があるアメリカ市場に向けてフグのプロモーションを実施して販路を拡大する。

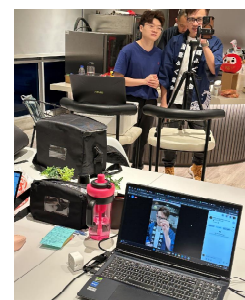
【活用した支援・施策】 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備対策事業

【ウェブサイト】 <https://www.fufood.co.jp/>

【連絡先】 担当者名：古川 T E L : 090-8710-8820



Fish Mart SAKURAYAで
ふぐ商品をPRする様子



ライブコマースを活用した
商品紹介の準備進行中！



日本産フグの魅力を伝える試食
イベントをR7年1月に開催！



福岡県 株式会社アクアグローバルフーズ

『日本の牡蠣を世界へ』

【主な品目】

殻付き活牡蠣、冷凍殻付き牡蠣

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾、シンガポール、カザフスタン

【輸出取組の概要】

- ◆ 世界各国へ牡蠣の輸出。
- ◆ 新興国を中心とした輸出相手国の開拓(台湾)
- ◆ マーケットのニーズに対応し、提案可能な商品をラインナップ。

【輸出実績】 (平成29年度より輸出開始)

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	2,760	25	不定期 通年
令和5年度	5,000	45	
令和4年度	8,750	65	

【効果があった取組】

- 現地のバイヤー等へ直接交渉・連携し、マーケットのニーズを抽出。
- バイヤーとの密な連携により、幅広いニーズへの対応力を強化。



福岡県糸島産みるかぎ
※商標登録済

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 海外の展示会の会期中、会期後の商談時の国によって発生する言語の壁。
- 2 新規仕向け国から求められる書類発給等の整備。
- 3 フライトスペースの確保等、物流面の問題。

【生じた課題への対応】

- 1 臨時で通訳を雇用し、商談会後のアフターフォローまで対応。
- 2 必要書類毎に社内担当を振り分け、各所手続き対応。
- 3 スペース確保のためにフライト便を事前予約等、フォワードと連携して対応。

【対応の結果】

- 1 新規輸出国への輸出に向け商談が前向きに進行中。
- 2 仕向け国への必要書類発給が可能になった。
- 3 オーダーを断ることなく、受注から発送までを実施。

【今後の課題・展望】

- 1 言語の壁を克服して更なる新規輸出先の開拓。
- 2 輸出する商品の準備・調達から書類発給、商品着荷まで現地与密に連携する。
- 3 提案可能な商品ラインナップを調整し、取引先の様々なニーズに応える。

【活用した支援・施策】

【ウェブサイト】 <https://ag-f.co.jp/>

【連絡先】 担当者名：上野慎一郎、岡崎哲也 T E L : 092-332-8244



保冷車の導入による
より適度な温度帯での商品輸送



冷凍殻付き牡蠣の出荷形態



佐賀県 株式会社まんてん

『ごま加工食品を香港、上海、東南アジアなどへ』

【主な品目】

ごま加工食品（ごまさぶれ、ごまドレッシング、ごまミックス、ごま塩等）

【主な輸出先国・地域】

香港、上海、台湾、シンガポール、米国、フランス、スイス

【輸出取組の概要】

- ◆ ごま加工食品の販売戦略の一つとして、未開拓市場である海外向けに輸出拡大の取組を進めている。
- ◆ 平成24年に台湾（高雄）での試食販売会に参加したことをきっかけに、翌年、台湾へ輸出を開始。その後、香港、上海、シンガポール、米国、フランス、スイスに販路を開拓

【輸出実績】（平成25年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	出荷時期
令和6年度	300	通年
令和5年度	290	
令和4年度	280	

【効果があった取組】

- ・国内外の商談会に積極的に参加することで、販路が拡大した。
- ・海外向けニーズに応じた新商品を開発することで、バリエーションを増やし、対応幅が広がった。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 商品は手作業での製造のため、量は限られ、高値傾向となることから、取引先が限られる。このため、輸出の拡大には、条件に合う新たな国・顧客層の開拓、現地ニーズに合った商品が求められる。
- 2 円安による渡航費増や中国ビザの関係で渡航数が減り、現地での商談会へ参加や試食会が開催できない場合があった。
- 3 アジア各国の安全・衛生管理基準が厳しくなっており、輸出のハードルとなっている。

【生じた課題への対応】

- 1 商工会議所等が海外バイヤーを招聘して実施する国内商談会等に積極的に参加。
- 2 インターネットによるライブコマースやメタバースを利用した海外バイヤーとの商談会に参加。
- 3 HACCP及びJFS-B認証を取得することにより基準をクリア。

【対応の結果】

- 1 海外バイヤーから現地情報を収集し、ニーズに合った新商品（ごまさぶれ、ごま調味料）を開発へ取組開始。
- 2 インターネットを通じた商談会等では、専門業者が作成した商品を紹介する動画を使用することで、商品の訴求効果を高めることができた。



現地展示販売



秋の収穫祭

【今後の課題・展望】

- 1 国内外の商談会へ積極的に参加し、サンプル商品を試食してもらい認知度を高める。
- 2 新たな国・地域の開拓、新たな販売方法の取組みの模索、洗練された動画や写真などによるイメージを高めるPRの展開。
- 3 JFS-C認証又はFSSC22000認証の取得による食品安全マネジメントなどの向上を目指す。

【ウェブサイト】 <http://www.manten-jp.com/>

【連絡先】 担当者名：代表取締役社長 高尾 秀樹、TEL：0952-32-5701



佐賀県 三栄興産株式会社

『佐賀県産麦茶を世界へ』

【主な品目】

麦茶、健康茶、ハーブティー

【主な輸出先国・地域】

米国、香港、台湾、欧州、東南アジア

【輸出取組の概要】

- ◆ 英訳記載等、仕向地のニーズに合わせ商品のリニューアルを続ける。
- ◆ 国内外の展示会、商談会等へ積極的に福岡フードビジネス協議会メンバーと共同出展。
- ◆ 現地プロモーションへ積極的に参加。消費者ニーズの研究を続ける。

【輸出実績】（平成23度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和7年度	2,000	40	通年
令和6年度	1,800	36	
令和5年度	1,500	30	

【効果があった取組】

海外の現場での営業活動を続けたこと。
ニーズに合わせた商品開発。

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 麦茶を知らないバイヤーや消費者が多数いた。
- 2 輸出国の食習慣や食品表示への対応。
- 3 販路拡大のため、輸出関連の商談に対応できる人材育成、社内体制の整備と営業活動の展開。

【生じた課題への対応】

- 1 日本で麦茶が普及した理由（ノンカフェイン、赤ちゃんが飲んでいる等）をPRした。
- 2 ティーバッグ容量など現地の食文化・習慣に合わせた商品を開発した。英語・中国語併記など、取引先に合わせた表示方法に変更した。
- 3 海外営業、展示会において経験を積ませ、積極的に国内外での営業活動を行い、バイヤーとの繋がりを強化した。また、外国人従業員を採用した。

【対応の結果】

- 1 日本の食文化の一部として理解を得て、購買に繋がった。
- 2 商品特徴や飲み方が伝わり、購買に繋がった。
- 3 社内に海外ビジネスのノウハウが蓄積され、営業活動に活かされてきたことにより輸出実績の増加に繋がった。

【今後の課題・展望】

- 1 国際的に通用する高いレベルの認証規格の導入を目指す。
- 2 韓国の麦茶（보리차 폴리차）との差別化。抹茶（MATCHA）と同じように麦茶（MUGICHA）と言う言葉が世界に通用することを目指す。

【活用した支援・施策】福岡フードビジネス協議会に所属、海外見本市出展（FOOD EXPO、ANUGA、SIAL PARIS）、FOODEX JAPAN、FOODEXPO KYUSHU、ジェトロ（国内商談会、輸出プロモーター事業）他

【ウェブサイト】 <http://www.skk-sanei.co.jp/>

【連絡先】 担当者名：緒方哲哉 TEL：0955-62-2824 MAIL：info@skk-sanei.co.jp



輸出専用商品の開発



展示会の活用
FOODEXPO 香港



佐賀県 株式会社石橋果樹園

『温州みかんを東南アジア、北米へ』

【主な品目】

温州みかん

【主な輸出先国・地域】

香港、ベトナム、カナダ

【輸出取組の概要】

- ◆ 海外旅行好きがきっかけで輸出に興味を持ち、経済成長が著しいベトナムを視察した際に果物市場の大きさと果物消費が多い食文化を実感したことから、輸出への取組を開始。
- ◆ 輸出開始にあたってASIAGAPを取得し、現在は日系スーパー 2 社へ販売。

【輸出実績】（令和3年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	1,400	35	10～3月
令和5年度	1,500	37	
令和4年度	160	4	

【効果があった取組】

実際に現地を訪ね、自身の目で市場調査を行ったことで、市場参入しやすいターゲット国を自ら選定し、輸出開始に結び付けることができた。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 県内に輸出商社が少なく、取引先を探すのに苦労した。
- 2 船による海上輸送は、長時間を要し、みかんに傷み（腐敗）が発生する。
- 3 個人輸出では、輸出先国の残留農薬規制等の情報や、輸出に活用できる補助事業等の情報を得るのが難しい。

【生じた課題への対応】

- 1 GFPへの登録による情報提供や県庁への相談を通じて紹介された商談会等に参加。
- 2 海上輸送向けに、貯蔵が効き日持ちする、晩生品種に変更。
- 3 植物防疫所等に相談、相手国の植物検疫条件及び残留農薬基準に対応。また、九州みかん輸出拡大協議会に参画、情報を取得し梱包資材強化やCAコンテナ利用による品質向上の実施。

【対応の結果】

- 1 参加した商談会で県外の輸出商社と繋がり、契約を結ぶことができた。
- 2 輸送中の痛み等による廃棄はあるが、リスクは軽減できた。
- 3 九州産温州みかんとして出荷を実施。

【今後の課題・展望】

- 1 輸出量150トンを目指し、生産量の確保に地元園地の拡大と輸出拡大先として台湾や米国を予定。また、更なる輸出先としてEU、マレーシア、ドバイを検討中。
- 2 ベトナムでの生産を計画。現地視察を終えて、栽培に適した候補地の選定を依頼中。

【活用した支援・施策】 令和6年度大規模輸出産地モデル形成等支援事業

【ウェブサイト】 <https://fruits-garden.jp/>

【連絡先】 担当者名：代表取締役 石橋健一 TEL：090-3197-0121



(株)石橋果樹園の皆さん



輸出している温州みかん



現地での販促イベントでPR



長崎県 株式会社 エコグリーンヒガシ

『観葉植物を香港・シンガポール・マカオへ』

【主な品目】

観葉植物（ゴムの木など）

【主な輸出先国・地域】

香港・シンガポール・マカオ

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成30年からゴムの木を主力商品として、香港・シンガポールなどに観葉植物を輸出
- ◆ ゴムの木をらせん状に曲げて、小ぶりに仕立てることで付加価値を高め、主にマンション・小型住宅用として販売

【輸出実績】（平成30年度より輸出開始）

	輸出量(鉢)	出荷時期
令和6年度	900	通年
令和5年度	700	

【取り組む際に生じた課題】

- 1 輸出に関する知識が少なく、輸出関連事業者等との接点もなかった。
- 2 輸出先国の検疫に合格する用土を作る必要があった。
- 3 輸出先国において、自社商品の認知度向上を図る必要があった。

【生じた課題への対応】

- 1 国内外の展示会や商談会に参加し、輸出関連事業者と直接商談を行った。
- 2 用土事業者等から検疫に関する情報収集を行い、ピートモスなどを配合した輸出専用の用土を自社開発した。
- 3 機会を捉え、輸出先国の販売店を訪問し、ゴムの木の特徴などのPRや販売促進活動を行った。

【対応の結果】

- 1 輸出を行っている国内花き市場担当者と商談が成立し、輸出につなげることができた。
- 2 輸出先国が要求している輸出検査に合格し、輸出可能となった。
- 3 自社商品の特徴が販売店舗責任者の目を引いたことや輸出先国の生活環境等にマッチしたことから、注文数の増加につながった。

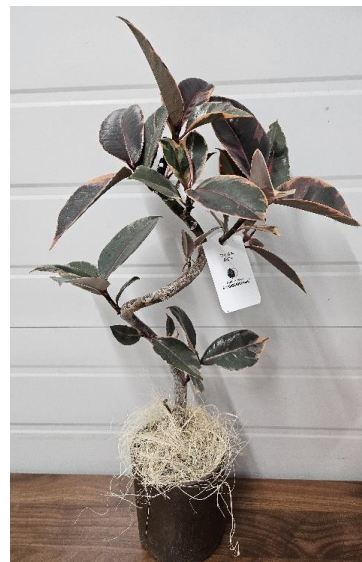
【今後の課題・展望】

- 1 既輸出先国の販売店等における、販促活動を継続し、輸出量の増加を目指す。また、新たな輸出先国を開拓し、輸出の安定化を図る。
- 2 将来的な輸出品目の拡大に向けて、大村市の市花である大村桜を盆栽風に仕立てることを関係機関と検討している。また、野菜の試験栽培にも取り組んでいる。
- 3 輸出先国開拓の課題は、ターゲット国の消費者ニーズの把握や検疫等に関する情報収集である。

【活用した支援・施策】 -

【ウェブサイト】 <https://ecogreenhigashi.com/>

【連絡先】 担当者名：代表取締役 東 勇一郎、TEL：090-8410-4254



輸出しているゴムの木



輸出しているアロマティカス



香港での展示会の様子

茶



大分県 (株) 高橋製茶 『有機緑茶をEUへ』

【主な品目】

有機緑茶

【主な輸出先国・地域】

ドイツ、フランス、デンマーク、アメリカ

【輸出取組の概要】

- ◆ 食の安全・安心にいち早く着目し、平成13年に大分県で初めて有機JAS認証（大分県第1号）を取得。
- ◆ 健康志向の高い欧米をターゲットに有機緑茶の海外展開を進めるため、大分県やジェトロが開催する輸出商談会に出品。
- ◆ 米国を中心とした抹茶の需要拡大もあり、年々輸出量が増加。

【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6年度	1,093	11.1	通年
令和5年度	530	8.6	
令和4年度	371	5.6	



映画「種まく旅人～みのりの茶」の舞台となった自慢の有機栽培茶園

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 県などのサポートにより、平成24年から香港などアジア圏へ有機緑茶の輸出を試行。しかし、アジア圏ではオーガニックの認知度が低く、安価な中国産の緑茶が高いシェアを占めており、継続的な取引に至らず。

【生じた課題への対応】

- 1 アジア圏よりもオーガニックの志向が高い欧米へ販路を転換。
- 2 県の支援を受け現地での商談を実現。また、ジェトロが開催する輸出商談会へ継続的に参加。

【対応の結果】

- 1 平成27年度にドイツのバイヤーと商談が成立し、輸出を開始。
- 2 ドイツへの輸出を契機に、海外の新たなバイヤーが来訪し茶園を視察するなど、販路拡大に向けた商談を展開。
- 3 米国への輸出も開始し、抹茶を中心とした有機緑茶の輸出量が拡大。

【今後の課題・展望】

- 1 抹茶の需要増加に対応した、てん茶製造施設の整備による原料供給体制の強化。
- 2 抹茶の加工工程に必要な人員の確保。
- 3 海外の大学に在籍する学生の受け入れを通じ、日本茶の良さを海外に情報発信。

【活用した支援・施策】 大分県、ジェトロ輸出商談会

【ウェブサイト】 <http://www.tkhs-cha.com>

【連絡先】 担当者名：代表取締役 高橋 雄三、TEL：0974-32-4219



有機緑茶



外国人研修生を受け入れたときの様子



大分県 浪井丸天水産

『ハマチを台湾、米国へ』

【主な品目】

ハマチ

【主な輸出先国・地域】

台湾、米国

【輸出取組の概要】

- ◆ 自社ブランド「豊後ハマチ 若武者」を冷蔵空輸で台湾、米国に輸出
- ◆ 当社の商品を取り扱っている県内企業数社とタイアップし、視覚的に付加価値のわかるPR動画を制作

【輸出実績】（令和3年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	209	1.12	通年
令和5年度	35	0.18	
令和4年度	100	0.67	

【効果があった取組】

インスタグラムなどのSNSを活用した情報発信に、現地で大きな反響があった

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 取引拡大に伴い、委託先である連携事業者の加工処理対応が逼迫し、供給体制が不安定化
- 2 商談会等で自社ブランド商品の魅力を伝える効果的なPR戦略

【生じた課題への対応】

- 1 自社加工施設を整備し、稚魚調達から養殖、加工、搬送に至るまでのプロセスを自社で完結する体制を確立
- 2 当社の商品を取り扱っている県内企業数社とタイアップし、PR動画を制作。さらに自社のキッチンスタジオを整備し食べ方の紹介動画を制作、SNSで発信

【対応の結果】

- 1 商品の安定的かつ効率的な供給体制を構築
- 2 PR動画を契機に米国の料理店と商談、現地卸売企業の日本法人を通じて、米国向け輸出を開始

【今後の課題・展望】

- 1 米国市場のターゲットをより明確に把握するため、市場調査を実施し輸出を拡大
- 2 JETRO主催の展示・商談会への参加等を通じ、台湾、米国以外の輸出先を開拓
- 3 米国大手企業等との取引の実現に向けて、要求される施設基準等に対応可能な国際認証等を取得した加工施設との連携を模索

【活用した支援・施策】 -

【ウェブサイト】 <https://wakamusha-oita.com>

【連絡先】 担当者名：浪井丸天水産 代表 浪井 大喜、TEL：0972-43-3700



豊後ハマチ「若武者」



養殖生け簀



大分県 大分県椎茸農業協同組合

『乾しいたけを北米、EU等へ』

【主な品目】

乾しいたけ、乾しいたけ加工品

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、イギリス、オーストラリア、香港 等

【輸出取組の概要】

- ◆ 展示会等での試食提供により、国産原木しいたけの味、香りなどの優位性をPR
- ◆ 国内外の商談会等に積極的に出展し、国内貿易会社との取引が徐々に開始
- ◆ 有機JAS認証を活かし、オーガニック志向の高いEU圏に輸出拡大

【輸出実績】（平成19年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(kg) [※]	出荷時期
令和6年度	2,088	2,620	通年
令和5年度	1,829	2,218	
令和4年度	1,995	2,522	

※ 輸出量は乾しいたけ加工品を含まない

【効果があった取組】

国際展示会で、商社と隣接してブースを設置し、興味を持ったバイヤーが即商談できる導線を整え、多数の成約につなげた。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 中国産（菌床栽培）の乾しいたけと比較すると高価であり、価格競争力が弱点
- 2 輸出開始前にタイでテストプロモーションを実施し、一定の成果を得て輸出開始に至ったが、その後のタイ現地での自然災害の影響により取引継続が困難

【生じた課題への対応】

- 1 商談会や現地展示会で試食提供を必ず実施し、味や香りといった国産原木しいたけの優位点を強調。また、栽培方法の説明を通じて、食品安全性の高さを訴求
- 2 国内の輸出向け商談会及び欧米の大規模な国際展示会に出展。また、有機JAS認証を活かし、オーガニック製品のニーズがあるEU圏を開拓

【対応の結果】

- 1 中国産（菌床栽培）乾しいたけとの相違について消費者やバイヤーの理解が進み、購買拡大につながったことで、継続的な輸出を実現
- 2 国内貿易会社との取引が徐々に開始され、欧米を含む16の国・地域に輸出が拡大

【今後の課題・展望】

- 1 既存の輸出先国・地域における輸出量の一層の拡大を図るとともに、オーガニック食品への関心が高いEU諸国のさらなる需要獲得のための取組を強化
- 2 HACCP等の第三者認証に対応した施設の整備
- 3 生産者の高齢化に伴う担い手減少により生産量が減少

【活用した支援・施策】

【ウェブサイト】 <https://osk-shiitake.or.jp/>

【連絡先】 担当者名：直販営業部 難波、TEL：097-532-9141



国際展示会に出展



バイヤーとの商談会で商品説明



乾しいたけ（冬菇）



大分県 日田木材協同組合

『製材品をアメリカ、韓国、中国へ』

【主な品目】

製材品（スギ・ヒノキ）

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、韓国、中国

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成23年からスギ、ヒノキの製材品を韓国、中国に輸出
- ◆ 令和元年からスギの製材品をアメリカに輸出

【輸出実績】（平成23年度より輸出開始）

	輸出量(m ³)	出荷時期
令和7年度	342※	通年
令和6年度	524	
令和5年度	744	

※ 令和7年度の輸出実績は、12月末現在



トラックに積み込まれた輸出用の製材品

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 輸出先の実需者から用途ごとに細かな規格や品質を求められる。
- 2 輸出先の金利や住宅価格の高騰により住宅着工件数が減少し、木材需要が縮小

【生じた課題への対応】

- 1 確かな加工技術を活かしてニーズに対応した製品加工を行うとともにサンプルを提供
- 2 規格・認証による国際化への対応（JAS規格・PEFC認証材 等）
- 3 新たな販路の拡大を図るため、仲介業者と連携し、現地訪問を実施

【対応の結果】

- 1 輸出先の実需者から信頼される製材品を供給することで、継続的な取引（輸出）を実現

【今後の課題・展望】

- 1 国内市場が縮小していくなか、確かな加工技術を活かして輸出に取り組み、「日本のスギ、ヒノキ」のブランド化を図っていく。
- 2 輸出先の実需者に直接セールスすることでアメリカへの輸出を更に増やしていきたい。
- 3 輸出の増加に向け、輸出先の実需者から求められる規格・品質に応じて加工する組合員を増やしていきたい。
- 4 輸出先国のニーズ把握や販路拡大に向けた調査などに人員が割けず、仲介業者頼りとなっている。

【活用した支援・施策】 企業連携型木材製品輸出促進モデル事業、GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】 <https://hitasugi.jp/>

【連絡先】 担当者名：日田木材協同組合 宮崎、TEL：0973-24-2167



コンテナの積み込み



輸出用の製材品



輸出先実需者等との商談



宮崎県 ヤマエ食品工業株式会社

『南九州の伝統的な醤油・味噌を世界へ』

【主な品目】

醤油加工品、醤油、味噌加工品、味噌

【主な輸出先国・地域】

スウェーデン、アメリカ、フランス、ドイツ、台湾、香港、韓国等

【輸出取組の概要】

- ◆ 国内外の展示会や商談会に参加し、自社製品を広く周知。
- ◆ 令和7年にFSSC22000認証を取得。
- ◆ 顧客の求める仕様に応じた商品開発により販路拡大。

【輸出実績】（令和3年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	3,637	62	通年
令和5年度	1,434	30	
令和4年度	1,123	24	

【効果があった取組】

欧州市場向けにデザインとボトル形状に統一性を持たせたプライベート商品を開発し、スウェーデンを起点に、デンマーク、ドイツ、フランスへと輸出を拡大できた。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 各国・地域の輸入規制への対応。
- 2 船便による輸送期間の長期化により、商品の品質に影響が及ぶリスク。
- 3 特別な仕様を求めるP B商品に対応する製造体制の構築及びコスト増加への対応。

【生じた課題への対応】

- 1 規制に応じて製品の仕様を変更するなど柔軟な製造体制を確立。
- 2 輸送中の品質保持と賞味期限を延長するため、製品の改良と冷蔵コンテナを導入。
- 3 特定の充填方法を採用し、複数製品を同一形状の耐熱PETボトルに充填。

【対応の結果】

- 1 輸入規制を満たす商品の提供が可能となり、輸出の可能性を拡大。
- 2 長距離輸送中に变色しやすい味噌製品のアメリカ市場への展開が可能となった。
- 3 見た目に統一感のあるP B商品の取引をスウェーデンのスーパーと開始し、他の国への販売にも繋がった。

【今後の課題・展望】

- 1 スウェーデン国内での販売店舗の拡大、取扱商品のラインナップ拡充。
- 2 今後も国内外の展示会に出展し、自社製品を広く知ってもらう機会を創出。

【活用した支援・施策】

令和5年度～7年度「新輸出大国コンソーシアム」パートナーによるハンズオン支援（ジェトロ）

【ウェブサイト】 <https://yamae-foods.net>

【連絡先】 担当者名：ベルガー ラース、TEL：0986-22-4611



ドイツでの展示会の様子



スウェーデンのスーパーで販売している容器が同一形状のP B商品（醤油等）



宮崎県 農業生産法人 有限会社すき特産 『柚子加工品（ゆずスライス等）を世界へ』

【主な品目】

ゆずスライス、ゆずピール、柚子胡椒

【主な輸出先国・地域】

アメリカ、オーストラリア、ニュージーランド等

【輸出取組の概要】

- ◆ 自社と地域の103戸の農家（須木果樹振興協議会）が生産した特産品のゆずを加工して、所得向上と販路多角化のため、令和2年から輸出。
- ◆ ゆずピールは、アメリカと台湾へ輸出し、売り先の好みの味付けに工夫。

【輸出実績】（令和2年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	1,243	—	通年
令和5年度	1,653	—	
令和4年度	675	—	

【効果があった取組】

仲介商社から輸出先国商社の要望を共有し、商品のバリエーションを増やしたことで、売り上げを伸ばすことができた。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 輸出商品は小ロットであるため、国内輸出港までの輸送コスト低減が課題。
- 2 輸出先国の残留農薬の規制対応に懸念。
- 3 現地販売形態（小売店・レストラン等）に合わせた、商品設計が必要。

【生じた課題への対応】

- 1 運送会社の協力のもと、国内輸出港まで他社商品と混載輸送の実現。
- 2 産地の生産柚子について、残留農薬の検査を実施。
- 3 ゆずピール*は個人用、業務用の包装を作成。

*ゆずピールとは、ゆずの皮を砂糖で煮詰めて乾燥させた砂糖菓子

【対応の結果】

- 1 他社商品との混載輸送によりコスト低減され、価格競争が優位に進められた。
- 2 残留農薬検査を実施し、検査証明書の提示により信頼を確保。
- 3 個人用、業務用のラインナップにより、レストラン等の需要も増加。

【今後の課題・展望】

- 1 ゆずピールの新規輸出先国として、インドネシアに展開中（安定輸出を目指す）。
- 2 需要に応じた供給体制の整備（地域の柚子生産基盤強化、加工場の能力強化）。
- 3 付加価値を付けた商品展開を模索（有機食品）。
- 4 果汁を絞った残渣を活用して新商品（ゆずジャム）の開発。
- 5 高齢化や後継者不足により、耕作放棄されている農地や園地を借用又は購入して、ゆず生産量の維持・拡大を図る。



須木産ゆず



ゆずピール

【活用した支援・施策】（国）産地連携推進緊急対策事業(ハード) 令和6年度補正

【ウェブサイト】 <http://kuri-yuzu.co.jp/>

【連絡先】 担当者名：椎屋、TEL：0984-48-3085

茶



宮崎県 有限会社大塚園 『有機栽培茶を世界へ』

【主な品目】

煎茶、碾茶

【主な輸出先国・地域】

ドイツ、米国、スイス等

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成26年からスイスへ煎茶の直接輸出を開始し、現在では茶商経由でドイツや米国にも輸出。
- ◆ 海外の健康志向が強い層をターゲットに、引き合いが強い有機碾茶に絞って輸出を展開。面積を拡大し、病気に強く消費者に好まれる味の良い品種への転換に取り組んでいる。

【輸出実績】（平成26年度から輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	2,240.0	28.0	通年
令和5年度	771.0	14.5	
令和4年度	36.6	0.1	

【効果があった取組】

各種のイベントに参加したことで、スイスへ直接輸出を開始することができた。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 海外富裕層では有機抹茶の需要があるが、原料の有機JAS認証の碾茶が不足。
- 2 抹茶の原料である碾茶の加工機械・施設の整備が必要。
- 3 海外へ輸出する際の現地パートナーの開拓。

【生じた課題への対応】

- 1 令和4年3月から19.2haを有機栽培に転換。
- 2 令和7年3月に、国の補助事業「農産物等輸出拡大施設整備事業」を活用して碾茶加工に必要な機械・施設を整備。
- 3 SNSを活用し、英語標記で自社をPRするサイトを制作。

【対応の結果】

- 1 有機栽培に転換したほ場について、令和7年4月に有機JAS認証を取得。
- 2 機械・施設を整備できたことで、碾茶の加工が可能となった。
- 3 問い合わせが増加し、海外から訪問を受けるほどとなり、販売先の開拓に役立った。

【今後の課題・展望】

- 1 今後、栽培面積を30haに拡大し、碾茶に絞って輸出。
- 2 栽培面積拡大に相応する冷蔵保管施設の整備。
- 3 宮崎から海外へつなぐ新たな商流を検討。



抹茶の原料となる碾茶



抹茶

【活用した支援・施策】 (国)農産物等輸出拡大施設整備事業（令和5年度補正）、(公)農業経営基盤強化資金

【ウェブサイト】<https://otsukaen.com/>

【連絡先】 担当者名：大塚 一郎、TEL：0983-27-0352



宮崎県 株式会社杉本商店

地域と共に『ここでしか作れない』を世界へ

【主な品目】

乾しいたけ・しいたけパウダー

【主な輸出先国・地域】

米国、EU、香港、台湾、ベトナム等（全24カ国）

【輸出取組の概要】

- ◆ 北米向け輸出のためFSMA（米国食品安全強化法）対応及び有機JAS認証を取得。
- ◆ 更なる輸出拡大のため令和3年に国際規格認証ISO22000を取得。
- ◆ 世界で唯一、原木栽培の乾しいたけでKOSHER*（コーシャ）認証を取得。
（*KOSHERとは、ユダヤ教の食品規定に適合した食品）

【輸出実績】（平成29年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量(t)	出荷時期
令和6年度	1,568	1.3	通年
令和5年度	1,471	1.5	
令和4年度	1,368	1.3	

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 輸出のノウハウや商流がなく取扱商社もいなかった。
- 2 生産者の高齢化に伴う労働力不足。
- 3 環境への配慮等、新たな付加価値が必要。

【生じた課題への対応】

- 1 越境EC（電子商取引）を活用。
- 2 特用林産物の生産支援機器であるアシストスーツを使用した実証実験を実施し補助対象機器とした（林野庁の令和3年度広葉樹を活用した成長産業化支援対策事業を活用）。また、林福連携により労働力を確保。
- 3 生産施設（ほだ場）の建設に他業種で不要になった資材の再利用。

【対応の結果】

- 1 商品の売り上げが徐々に増加。
- 2 アシストスーツによる作業の軽労化。また、労働力増加に加え、近隣の障害者支援施設への作業の安定供給と賃金の向上を実現。
- 3 資材の再利用による環境に配慮した乾しいたけとしての付加価値の確立。

【今後の課題・展望】

- 1 インターネット等でZ世代へ情報発信し販路拡大。
- 2 世界最大のベジタリアンを有するインドへの販路拡大。

【活用した支援・施策】（国）令和4～6年度（ソフト）GFPグローバル産地づくり推進事業

【ウェブサイト】<https://sugimoto.co/>

【連絡先】担当者名：杉本 和英、TEL：0982-72-3456

【効果があった取組】

米国・英国の通販サイトで、乾しいたけの出品を開始し、売上が増加した。



大阪・関西万博に参加



NIPPON FOOD SHIFTへ参加



大阪・関西万博に参加



宮崎県 南日本酪農協同株式会社

『自然と健康がいっぱいの牛乳を世界へ』

【主な品目】

牛乳（LL牛乳）、乳製品

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾、シンガポール、アメリカ等

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成22年から香港を先駆けに、LL牛乳などロングライフ商品を中心に輸出を開始。
- ◆ 平成24年にFSSC22000の認証を取得。

【輸出実績】（平成22年度より輸出開始）

	輸出額(万円)	輸出量 (t)	出荷時期
令和6年度	20,253	518	通年
令和5年度	17,928	474	
令和4年度	29,111	1,157	

【効果があった取組】

パッケージに「JAPAN MILK」ロゴを新たに入れて、「日本の安全・安心」や「高品質な生乳」を強調したマーケティングを行い、日本の酪農家のこだわりや、生産過程の透明性をアピールした。

【取り組む際に生じた課題】

- 1 香港でニーズがあるチルド牛乳の輸出に向けて、長期品質保持できる商品開発が必要。
- 2 日本製の他社商品とのバッティングを回避するため、新商品の開発が必要。

【生じた課題への対応】

- 1 長期品質保持商品の製造のため、国の補助事業を受けて施設の整備。
- 2 地元企業と連携して新商品の開発及びOEM事業に取り組む。

【対応の結果】

- 1 「食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業」の交付金を活用し、都城工場にSE-65輸出対応ラインが完成。チルド牛乳の賞味期限を延長することが可能となった。
- 2 地元企業と連携して、新商品（アイスクリーム）を開発し、台湾・シンガポールへ輸出。

【今後の課題・展望】

- 1 ESL牛乳*を中心にチルド商材の輸出拡大を図るため、有力な販売先の確保。
- 2 既に実績のあるアイスクリーム分野に加え、今後はチルド牛乳をはじめとする乳製品のOEM事業を強化し、事業領域拡大に継続して取り組む。
- 3 南日本酪農に関わるステークホルダー、特に酪農家を中心とした乳資源の維持拡大への貢献。

*ESL牛乳とは、原料乳から製品に至るまで、殺菌レベルを向上させた牛乳



香港Food Expo



香港Food Expoで講演

【活用した支援・施策】(国)HACCP事業(ハード)令和5年度補正、(県)経済交流事業(ソフト)令和1～2年度、令和4～6年度

【ウェブサイト】<https://www.dairy-milk.co.jp/>

【連絡先】担当者名：笹原 剛、TEL：0986-23-3457

茶



鹿児島県 ヘンタ製茶（有） 『霧島茶を海外へ』

【主な品目】

霧島茶、有機茶、抹茶等

【輸出取組の概要】

- ◆ 平成27年から霧島茶、有機茶、抹茶等の輸出に取り組んでいる。
- ◆ 有機茶を健康志向の強い層をターゲットに売り込み、販路拡大・輸出拡大に繋げる。
- ◆ 国内外の商談会や物産展を利用した効果的なPRにより、自社ブランド評価の向上を図っている。

【主な輸出先国・地域】

米国、台湾、フランス、カナダ、デンマーク、スイス、フィンランド、カナダ、スペイン、イギリス、オーストラリア

【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6年度	15,600	27.7	通年
令和5年度	11,700	24.2	
令和4年度	10,800	23.1	

【効果があった取組】

海外向けに英語による説明を併記したパンフレットを作成

【取り組む際に生じた課題及び輸出後に抱えた課題】

- 1 有機抹茶の引き合いが多く、1回当たりの取引希望数量が増えてきており、在庫の確保と保管が今後の課題である。
- 2 商談時に、取引先から価格を問われることが多く、商品価格の設定に苦慮している。

【生じた課題への対応】

- 1 取引希望数量を確保するため、自社工場で有機抹茶の生産割合を増加し、また、保管用冷蔵庫を増やし、ある程度の在庫を確保できるようになった。
- 2 価格設定は輸送コスト削減が課題であり、現在は国内の輸出港までの運賃を弊社で負担し、輸出国までの運送費負担は請け負っていない状況。

【対応の結果】

- 1 令和元年10月にASIAGAPを取得し、アメリカ・ヨーロッパからの引き合いが増えた。
- 2 近年、ヨーロッパでは、抹茶の需要が多く、認知度も高くなってきている。

【今後の課題・展望】

- 1 輸出拡大に向け、国内販売（煎茶等の生産販売）と輸出（抹茶、スティック茶等の生産販売）のバランスをみて、弊社の規模に合った取組を実施する。



海外へ輸出される霧島茶



有機抹茶



商品ディスプレイ

【活用した支援・施策】平成27年度 6次産業化実践者販路支援事業、ジェトロ日本茶輸出商談会in九州

【ウェブサイト】 <https://www.henta.co.jp/>

【連絡先】 担当者名：邊田孝一、TEL：0995-77-2777