

JAふくしま未来、JA全農福島

事業概要

東日本大震災以降、福島県の復興の象徴として、福島県、JA全農福島、JAふくしま未来の協働で農産物の輸出事業をスタート。原発事故の影響で輸出規制があったが、平成24年から東南アジアへ、ももの輸出を開始した。現地での試食によるPRに重点を置いており、特にタイに関しては現地訪問を強化し、現地店舗で職員自らが試食販売を行っている。輸出品目のなかであんぽ柿はGI認証を取得しており、ブランド化を推進している。

輸出先国・地域

タイ、シンガポール、インドネシア、
台湾、アメリカ、カンボジア、（ベルギー）

輸出品目

・もも・なし・ぶどう・りんご・あんぽ柿

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	14,000	タイ・シンガポール・ドバイ・インドネシア
令和4年度	39,616	タイ・シンガポール・ドバイ・インドネシア
令和5年度	25,800	タイ・インドネシア・台湾・アメリカ・ カンボジア・ベルギー

輸出の課題

- ・継続性の観点から、産地負担を踏まえた価格設定を行っているが、輸出業者からの料金が合わず注文が伸びない。
- ・残留農薬についてポジティブリストを採用している国では農薬の基準値が0.01ppmとなっているものが多く輸出の阻害となっている。
- ・産地の出荷ピークに対して業者側の欲しい時期が合わないことが多い
- ・福島産に対してとられる放射性物質の規制と報道等があったときの産地への風評被害の大きさ

課題への対応

- ・取引先との協議、県補助を活用したコスト軽減。
- ・県を通じてのインポートトレランスの申請
- ・早期の事前注文受注による計画的出荷
- ・あかつきにかわる晩成品種の開発、作付推進

対応の結果

- ・県補助活用によりコスト面の負担は軽減しており価格面に反映できるが人的負担は残る。
- ・台湾向けの成分は一部基準値設定されたものもあり
- ・計画出荷により欠品等は減も、業者側で注文の急な変更等は無くない。
- ・南西種推進は長い時間がかかる取り組み。

今後の課題・展望

- ・令和8年度にもも60t、りんご24t、あんぽ柿2.5tの輸出をめざす。
- ・あんぽ柿のアメリカ向けは放射性物質の規制が無いいため、今後の拡大に期待。



JA全農みやぎ・株式会社やまもとファームみらい野

事業概要

平成27年、被災農地の復興に向けた圃場整備に沿って、地権者に代わり主に農地活用と農地維持を行うことを目的に株式会社やまもとファームみらい野を設立。住民参加型による持続可能な新しい農業経営を実践している。かんしょの輸出は令和2年から開始し、令和4年から香港向けの輸出を本格化した。輸送は国内陸路を経て関東から出荷していたが、県事業を活用し、JA全農みやぎの協力のもと仙台港から輸出する取組を行っている。

輸出先国・地域

香港

輸出品目

・かんしょ

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	10,350	香港
令和4年度	13,570	香港
令和5年度	7,680	香港

輸出の課題

- ・輸送中にかんしょが腐敗するリスクがある。
- ・集荷量が安定的でない。
- ・輸送のためのトラック問題とコストの圧縮。

課題への対応

- ・腐敗を低減させる栽培技術を習得した。
- ・1法人だけでなく、複数の生産者から生産物を集荷した。
- ・物流問題対応のため、輸送ルートの見直しや検証を行った。

対応の結果

- ・栽培技術の習得・指導により腐敗率を低減させることができた。
- ・複数の生産者による集荷により、安定した集荷量を確保することができた。
- ・京浜地区へのトラック輸送を、仙台港から横浜港へのフィーダー船による海上輸送に切り替えた結果、ロス率が低減した。

今後の課題・展望

- ・習得した栽培技術についてマニュアル化し、講習会を通じて県内への普及を推進する。
- ・収穫量の多い品種の栽培に取り組む。
- ・政治的な影響が少ないと思われる輸出先へのターゲット転換。
- ・腐敗リスクの低い「ほしいも」の生産・輸出拡大をめざす。
- ・パッケージの工夫により大きいサイズの輸出拡大をめざす。



選別・洗浄後のかんしょ



輸出された商品を販売する香港の店頭



コンテナバンニング作業



輸出コンテナ

いわて農林水産物国際流通促進協議会

事業概要

協議会は、県産品の販路拡大・国際流通を促進することを目的に平成20年3月26日に設立。現在の構成団体20団体、賛助団体44名。情報収集・調査分析、国際流通促進方策の検討、海外試験販売、商談会・バイヤー招聘、国際競技大会や外国人観光客に向けたPR・消費拡大、輸出事業計画の策定・事業効果の検証・改善、畜産物の輸出コンソーシアムの活動を行っている。

輸出先国・地域

アメリカ、台湾、シンガポール、
中国、香港、タイ、ベトナム 等

輸出品目

・コメ・りんご・牛肉
水産物・加工品 等

輸出実績

品目	年度	実績：令和元年(トン)	実績：令和2年(トン)	目標年：令和5年(トン)	目標年：令和6年(トン)
コメ		—	620	—	1,400
りんご		35.1	35.8	42.6	—
牛肉		60	130.4	250	—

輸出の課題

- ・コロナ禍の状況で今まで構築して来た海外事業者との関係性が薄れてしまう事
- ・輸入条件の厳しい国に対して、条件整備に経費に見合う採算性の確保



マレーシアでのトップセールス

課題への対応

- ・関係性を維持するためにリモートでの商談を継続
- ・コメ、りんご及び牛肉は、策定した輸出事業計画に基づき、アジア・北米をターゲットにバイヤー招聘を実施
また、水産物等は、コメ等の品目と合わせてバイヤー招聘を実施
- ・コメ、りんご及び牛肉は、策定した輸出事業計画に基づき、アジア・北米をターゲットにトップセールスやフェアを実施
- ・農林水産物や日本酒などの加工品及び工芸品等他品目を組み合わせたパッケージ型のプロモーション



カナダでのトップセールス

対応の結果

- ・コロナ禍を通して関係性は維持、継続して輸出を推進する事が出来ている。
- ・県産米の輸出が伸びている。



アメリカのレストラン関係者等による産地視察

今後の課題・展望

- ・岩手ブランドとしての評価向上と高付加価値化による生産者の所得向上
- ・新規有望市場の開拓



シンガポールでの岩手県産米プロモーション

センコン物流株式会社



事業概要

総合物流企業として国内・国際物流を手がけるほか、商社機能も担う。コロナ禍における国際海上物流の混乱やALPS処理水海洋放水に対する中国による輸入規制強化等、物流環境や頻繁に変わる法令・規制にもメーカーと一体となって対応している。また輸出商材のうち醤油、納豆はメーカーおよび現地パートナーと連携してプライベートブランドを開発(醤油は令和5年9月、納豆は令和6年2月より輸出開始)するなど、競争力の強化を図っている。

輸出先国・地域

中国、東南アジア 等

輸出品目

食品全般
(調味料・飲料・乾麺・菓子 等)

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	122,000	中国 等
令和4年度	133,000	中国 等
令和5年度	145,000	中国 等

輸出の課題

- ・法令・規制が頻繁に変わり、現地での輸入手続きが滞る場合がある。
- ・国際海上物流の混乱によりスケジュール通りの輸出ができない状況が続いた。
- ・ALPS処理水の海洋放出で、中国では日本産水産物が全面禁輸になり、水産物由来のものを含む食品加工品にも影響が及んだ。



仙台港営業所

課題への対応

- ・現地パートナーと信頼関係を構築することで、現地での法令や規制の変更等について迅速な情報共有を可能とする環境整備を行った。
- ・中国の輸入規制対象となった水産物由来の成分が含まれる商品の原材料を見直し、並行してプライベートブランド化に取り組んだ。
- ・出港地の選択肢拡大、他社との混載等により合理化を進める事でビジネス機会の損失を回避した。



食品展示会(ドバイ)

対応の結果

- ・法令・規制の変更にに対し臨機応変に対応可能となった。
- ・一時輸出不可となっていた商品が再び輸出可能となり、またプライベートブランド化により競争力強化に繋がった。
- ・効率的な物流ルート構築によりコスト削減に繋がった。



アンテナショップ(ベトナム)

今後の課題・展望

- ・取扱商品のバリエーションを増やし、出荷・輸出量を継続的に拡大。
- ・新規販売先及びメーカー・生産者の開拓。
- ・コロナ禍や処理水等の影響で不定期になりがちだった輸出を安定させ、定期的輸出につなげていく。



輸出用コンテナ

一般社団法人青森県りんご輸出協会



事業概要

昭和27年、青森県内のりんご出荷団体をもって設立。主な事業は輸出振興とし、消費宣伝、現地調査、新市場開拓等を担っている。近年は台湾・香港輸入業者等とのリモートでの情報・意見交換会の実施、青森県や関係団体と連携した台湾・香港現地での行政機関訪問と青森りんごプロモーションの実施、青森りんごPR活動のための東南アジア6か国地域の各大使館（東京都）への表敬訪問等も実施している。

輸出先国・地域

台湾、香港、タイ、シンガポール 等

輸出品目

・りんご

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年産	14,300,000	台湾、香港、タイ、シンガポール 等
令和4年産	20,600,000	台湾、香港、タイ、シンガポール 等
令和5年産 (～令和6年1月まで)	12,900,000	台湾、香港、タイ、シンガポール 等

輸出の課題

- ・若年層による青果物の消費減退により、青森りんごの認知度が低下傾向にある。
- ・最大需要期である春節に限らず、輸出序盤から春節後まで切れ目のない輸出量を確保すること。

課題への対応

- ・青森りんごプロモーション等での試食販売や、台湾のマスコミ・SNSを活用したPRを実施した。
- ・台湾において春節後の青森りんごプロモーションを実施した。

対応の結果

- ・プロモーション活動が奏功し、品質・食味が良く、高評価を得て輸出量が増加。令和4年産りんごの輸出量は4万2千トンに達し、輸出金額も200億円と大幅に増加。輸出量・金額ともに過去一番となった。
- ・輸出拡大によって、輸出先における青森りんごの知名度やブランドが確立された。

今後の課題・展望

- ・最大の輸出相手である台湾への輸出量を維持しながら、他国への輸出拡大をめざす。
- ・貯蔵性の高い品種を生産する。



大使館表敬訪問



輸出商品の陳列



台湾でのイベントの様子



台湾でのイベントの様子

株式会社ジェイエイトンドウフーズ



事業概要

JAてんどう（天童市農業協同組合）100%の子会社として、米の精米と仕入販売、青果物の仕入販売等を展開する。輸出事業は国内商社や流通業者からの依頼で間接的に実施していたが、令和4年のジェイエイトンドウ輸出推進協議会設立を機に、参画事業者の一員として本格的に輸出に取り組む。現在は山形の旬の青果物を、東南アジアを中心に輸出。協議会メンバーによる海上CAコンテナを活用し、高品質な状態での流通を可能にしている。

輸出先国・地域

タイ、シンガポール、
マレーシア、香港

輸出品目

・さくらんぼ・メロン・桃
・シャインマスカット
・洋梨・りんご

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	150	タイ
令和4年度	1,500	タイ・マレーシア・シンガポール・香港
令和5年度	37,198	香港、シンガポール、タイ

輸出の課題

- ・輸出先毎、品目毎に検疫等のルールが異なり、生産者側が混乱する場合がある。
- ・輸出先のガイドライン等の勉強不足。
- ・安定した供給先（生産者）の確保ができていない。



課題への対応

- ・検疫等のルール、輸出先のガイドライン等について、自社理解を深めるために勉強会を定期的で開催した。
- ・生産体制、供給ルートを新たに検討した。



対応の結果

- ・勉強会の開催により徐々に輸出先に対する理解が深まっており、その範囲も広がっている。
- ・天童地区のみならず地域を超えて青果物を集約したことで、時期・数量ともに現地ニーズに合った輸出対応が可能となった。



今後の課題・展望

- ・3年以内に年間総金額1億円をめざす。
- ・品目別に輸出部会をつくり、増産をめざす。
- ・新規取引先として台湾を視野に入れる。
- ・新たに協業するパートナーを増やし、輸出品目や数量を拡大させる。



株式会社ヤマナカ

事業概要

「東北から持続可能な水産物を輸出する」を理念に掲げ輸出事業を展開する。東日本大震災の被災から復興した平成25年、殻付ほたての輸出を開始。仙台空港から成田空港経由香港向けの増加に伴い、新千歳空港経由のチルド出荷を実施する。並行して海外での見本市に出展し、牡蠣にニーズがあることを確認。東北経済産業局管轄の「JAPAN BRAND育成事業」を活用し、宮城県産牡蠣の拡販体制を確立している。

輸出先国・地域

アメリカ、台湾、タイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー 等

輸出品目

- ・冷凍ほたて貝柱
- ・冷凍殻付牡蠣
- ・鮮魚

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和2年度	182,486	アメリカ、台湾、香港、タイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、UAE、カタール、ロシア
令和3年度	286,525	アメリカ、台湾、香港、タイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、UAE、カタール、ロシア
令和4年度	585,998	アメリカ、台湾、香港、タイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、UAE、カタール、ロシア

輸出の課題

- ・環境の変化により原料の確保が不安定。特に近年は夏の気温・海水温の上昇により、養殖でも水揚げ量の予測が全くつかない状況。



課題への対応

- ・自社で一次産業に参入し、川上から原料を確保できる環境づくりを推進した。



対応の結果

- ・塩竈・野々島での牡蠣養殖、秋田地域での牡蠣試験養殖を開始、さらに高水温に強いほたて人工種苗の研究および施設の準備を行っている。それぞれ現在進行形で動いており、これからの成果に期待を寄せている。



今後の課題・展望

- ・全社販売数の5割を輸出額にする。
- ・既存の顧客との関係性をより深くし、その取引を太くする。
- ・高水温に耐えうる種苗を育成し、安定した原料を確保した上で販路拡大を進める。
- ・現地で流通する同商材の市場調査を通して現地のニーズを探り、日本産ならではの品質の良さ、コストパフォーマンスの良さをPRする。



株式会社桜顔酒造



事業概要

平成23年より岩手県・国内貿易会社の協力、個人的ネットワーク等を活用して日本酒の輸出事業に着手、平成27年頃から実績が生まれる。平成29年、ジェトロ「新輸出大国コンソーシアム」の支援を受け、ベトナムでの営業活動を開始。現地飲食店の従業員等を対象とした日本酒セミナーや、飲食店の顧客に向けた試飲セールスを多数展開し、草の根的にファンを増やす。さらに同戦略をシンガポール、中国等でも水平展開し、輸出拡大を図っている。

輸出先国・地域

韓国、ベトナム、台湾、
シンガポール、中国 等

輸出品目

・日本酒

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	10,103	韓国、ベトナム、シンガポール、中国、台湾
令和4年度	16,900	韓国、ベトナム、シンガポール、中国、台湾
令和5年度	17,600	韓国、ベトナム、シンガポール、中国、台湾

輸出の課題

- ・新たな国・地域、エリア等へ事業を拡大する際、マーケットやニーズの情報が不足している。
- ・輸出先における信頼度の高い協力者（バイヤー、販売店・飲食店スタッフ等）の開拓と関係強化。
- ・輸出事業における後継者の育成。



中国・寧波でのセミナー・試飲会

課題への対応

- ・取引のある飲食店等に足を運び、日本酒に対する知識向上活動を展開するなどして交流を深め、信頼関係の構築に努めた。
- ・情報発信と情報収集、海外バイヤーとの関係構築を目的に、国内の食品輸出展示会に出展した。
- ・社内の輸出事業担当者として、新たに2名を選出した。



ベトナム・ホーチミンでのセミナー

対応の結果

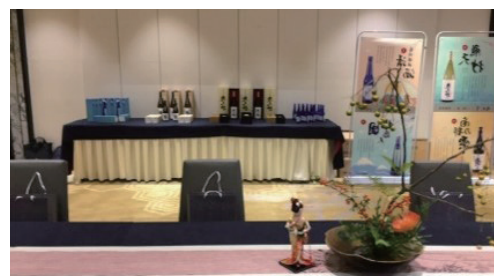
- ・さまざまな場面での情報収集とその後の営業活動、現地協力者との関係強化等が奏功し、海外イベントへの出展や新たな輸出業者との関係構築に結びついた。



ベトナム「ホーチミン高島屋」の陳列棚

今後の課題・展望

- ・これまで常温保存が可能な日本酒のみの展開であったが、冷蔵設備が整った飲食店等への生酒の輸出を検討する。
- ・韓国（5月）、台湾（11月）等、海外の展示会に出展し、輸出商品の一層の周知と輸出拡大を図る。
- ・新担当者の知識と意識の向上を図り、輸出事業における社内体制を強化する。



中国・寧波での商談・試飲会

株式会社南部美人



事業概要

明治35年に創業し、以後120年以上にわたり日本酒を製造。現在では日本酒のほか、特許取得の糖類無添加リキュール、クラフトジン、クラフトウォッカ、ウイスキーも製造している。輸出事業は、全国でもいち早く1990年代後半から開始。「南部美人」の英語ネーミング「サザンビューティー」のもと、現在は61の国・地域に輸出する。消費者に安心して製品を手にしていただけるよう、「Kosier」「Vegan」「Non-GMO」等の認証取得を積極的に推進している。

輸出先国・地域

アメリカ、中国、韓国、
シンガポール、香港 等 61か国

輸出品目

- ・日本酒
- ・糖類無添加リキュール
- ・スピリッツ(クラフトジン、クラフトウォッカ)

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	187,082	アメリカ、中国、韓国、シンガポール、香港 等
令和4年度	303,491	アメリカ、中国、韓国、シンガポール、香港 等
令和5年度	220,697	アメリカ、中国、韓国、シンガポール、香港 等

輸出の課題

- ・世界的な日本酒の認知度は、ワインやビールに比べまだまだ低く、ローカルまで浸透していない。
- ・国々の政治経済紛争の影響を受けやすく、急に注文がなくなるケースがある。
- ・国によっては多額の関税が発生しており、国内では安価でも現地では高額になる銘柄は消費者が手に取りにくくなる。



南部美人の酒造り

課題への対応

- ・現地のローカルレストラン等でBtoB&Cに対しての日本酒セミナー等を行い、認知度の向上を図った。
- ・現地取引先と密に連絡して情報収集し、ともに対策を講じた。
- ・レストラン等で掲示するのぼりやプロモーション用酒瓶等のサンプル・販促品を提供した。



南部美人を代表する日本酒 特別純米

対応の結果

- ・セミナーの開催を契機として、現地ローカルレストラン等での新規取扱いが始まった。
- ・現地の状況に合わせた対応が即時にできるようになり、輸出の動きが良くなった。
- ・サンプル等が消費者の目に留まりブランドの認知度が向上した。



南部美人5代目蔵元 久慈浩介

今後の課題・展望

- ・パンデミックが収束し自由な往来ができるようになったため、社内の整備、海外への情報発信やプロモーション等、さまざまなツールやサービスを使用し、効果的に売上増加を図りたい。



ベルーで最初に南部美人を扱ったレストラン「FUJI」にて

株式会社八木澤商店



事業概要

原材料はできる限り国産・地元産（岩手・宮城県）を使用し、化学調味料等不使用の醤油、味噌等を製造。食品の安全・安心にこだわる顧客を中心に販売する。近年、国内においては他社との競争が激しく、原材料や資材、輸送コスト上昇に伴う商品の価格改定を余儀なくされ厳しい状況が続いている。そこで数年前からフランスを中心に輸出を開始したところ、主に外食産業（フレンチレストラン）を中心に需要が伸びている。

輸出先国・地域

フランス、ドイツ、その他EU圏

輸出品目

・醤油・味噌・調味料

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	8,000	フランス、ドイツ、その他EU圏
令和4年度	10,920	フランス、ドイツ、その他EU圏
令和5年度	14,000	フランス、ドイツ、その他EU圏

輸出の課題

- ・現地ニーズに合った商品開発のための情報収集が必要。
- ・調味料（つゆ・たれ類）に使用するEU-HACCP対応のかつお節、さば節、煮干しやGMO規制対応の原材料確保に課題がある。

課題への対応

- ・現地販売先、岩手県の関係機関ネットワーク、展示会出展、発酵イベント開催等で情報を収集し、現地ニーズを取り入れた。
- ・スペインでEU-HACCP対応のかつお節を発掘。それを使用した新商品「煎酒」「濃縮つゆ」を開発した。

対応の結果

- ・フランスで現地シェフが参加する展示会への出展や発酵イベントを開催。ドイツでも展示会に出展したところ、既存商品や新商品「煎酒」「濃縮つゆ」の輸出に繋がった。
- ・展示会での情報収集により、イタリアが醤油・味噌・調味料等の輸出空白地帯（可能性のある地域）であることが分かった。

今後の課題・展望

- ・イタリアの展示会に出展し、市場性を探る。
- ・EU-HACCP対応、GMO規制対応の原材料を安定的に確保できるようにする。
- ・EU圏の容器包材規制に対応するため、EU圏内で製造拠点を発掘する。
- ・将来的な醤油製造設備（木桶の設置）の計画を進める。



EU-HACCP対応のかつお節で製造した「煎酒」「濃縮つゆ」



フランスの展示会ブースの様子



発酵イベントの様子



発酵セミナーの様子

岩手県産株式会社

事業概要

約40年前から輸出の経験はあったが、平成26年のクールジャパン推進を機に本格的に輸出事業を開始。岩手県の海外事務所（中国大連市／雲南市）と連携した中国の商社との契約をはじめ、岩手県（産経課・流通課）と連携した販促活動、岩手県南局や輸送業者と連携した県内港活用、県内事業者と連携した輸出クラスター発足等を行う。また、JETROの海外見本市や国内外の商談会等に参加し、新規取引先の開拓を推進している。

輸出先国・地域

中国、台湾、香港、アメリカ、
オーストラリア、シンガポール

輸出品目

・乾麺・調味料・ジュース
・牛肉・鉄器

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和2年度	51,720	中国、香港、台湾、アメリカ、オーストラリア
令和3年度	15,440	中国、香港、台湾、アメリカ
令和4年度	18,600	中国、香港、台湾、アメリカ、マレーシア、シンガポール

輸出の課題

- ・賞味期限が短いことが理由で、引き合いがあっても輸出が成立しない場合が多い。
- ・水産物の対米・EU向けHACCP対応ができる製造業者が少なく輸出困難。中国は規制が強化され、水産物の輸出が難しい。
- ・岩手は地理的に主要都市から離れているため、国内輸送費とリードタイムでハンデがある。

課題への対応

- ・輸出向けに商品の賞味期限延長をメーカーに相談した。
- ・政治的影響が少ないと思われる輸出先へターゲットを転換した。
- ・輸送ルートの見直しや検証を行い、東北地方の港に変更した。

対応の結果

- ・賞味期限延長に意欲的・協力的なメーカーはいるものの、商品化まで時間がかかる。また輸出先のロット条件や現地需要の変化等の影響で、継続した輸出に繋げるのが難しい。
- ・東南アジア市場を開拓したところ、牛肉の引き合いが多かった。
- ・輸出港の変更により、輸出コストが削減できた。

今後の課題・展望

- ・輸出全体として年間1億円を目標とする。牛肉は台湾への4頭／月をベースに拡大、シンガポールやアメリカにも水平展開したい。
- ・輸出に適した商品を開発する。
- ・県内メーカーと連携した販路開拓と販促活動を行う。
- ・国内外見本市の参加により、情報収集と新規顧客の獲得を図る。



詩の国秋田株式会社・株式会社秋田銀行

事業概要

秋田銀行グループの地域商社である詩の国秋田は、銀行業の範囲を超えた商流のプレーヤーとして県内生産の価値向上・所得向上を図り、地域のハブ的存在となるべく令和3年に設立。海外販路開拓事業の一環として、支店のある台北にて、取引先の輸入卸を通じて台湾域内の食品や農産物等のニーズ調査を実施。調査結果を踏まえ秋田本社にて県内事業者や農業団体を掘り起こしてマッチングを行い、現地ニーズに見合った商品を提案している。

輸出先国・地域

台湾

輸出品目

- ・秋田牛・白神ねぎ・りんご
- ・シャインマスカット・日本酒
- ・加工食品

輸出実績

	輸出量(トン)	輸出先国・地域
令和3年度	0.3	台湾
令和4年度	4.9	台湾
令和5年度	5.2	台湾

輸出の課題

- ・国内輸送費の高騰。
- ・秋田牛のオーダーが特定部位に集中している。
- ・日本産品があふれる台湾における商品の差別化。

課題への対応

- ・牛肉のカット技術や料理の仕方の講習会を検討した。
- ・秋田県の付加価値を明確に打ち出す商品の差別化を検討した。
- ・輸送コスト削減のため、輸送ルート・ターゲットの見直しを図った。

対応の結果

- ・秋田牛輸出促進コンソーシアムと連携しながら、現地にて講習会を実施した。
- ・秋田の強みを活かす物産として、「横手焼きそば」「秋田犬ぬいぐるみ」に注目。横手焼きそばについては、台湾の飲食店が「横手焼きそば暖簾会」に加盟する事で「やきそばソース」の継続的輸出に繋げることができた。

今後の課題・展望

- ・輸送コストを抑えるためにさまざまなルートを検証し、最適化を図る。
- ・輸送コストも含め現地販売価格が高いため、ターゲットを富裕層に転換し、シンガポールや欧米等、台湾以外の販路拡大も視野入れて検討する。



秋田県産食材を使用したメトロポリタンプレミア台北でのフェアの様子



台北市内百貨店での秋田県産農産物の販売会



台北市内百貨店での秋田県産農産物の販売会



台湾高速自動車道サービスエリアで販売される秋田県産品



出羽桜酒造株式会社

事業概要

「吟醸(ginjo)を世界の言葉に!」をテーマに掲げ、地酒メーカーとしてはいち早く平成9年に海外輸出をスタートさせる。山形県は清らかな雪解け水が豊富に存在する名水の宝庫であり、朝晩の寒暖差によりデンプン質を多く含んだ酒米の名産地でもある。日本酒造りに適した環境のなか、熟練した蔵人の手作業による酒造りを続け、文化としての日本酒を誇りに品質第一の精神で輸出事業に取り組んでいる。

輸出先国・地域

アメリカ、台湾、香港、カナダ 等
約45か国

輸出品目

・日本酒・リキュール

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	170,000	アメリカ、台湾、香港、カナダ等
令和4年度	230,000	アメリカ、台湾、香港、カナダ等
令和5年度	191,000	アメリカ、台湾、香港、カナダ等

輸出の課題

- ・日本酒を造る工程や使用する容器において、品質の担保やサステナビリティを意識した配慮が求められている。
- ・アルコールの評価基準として、地域特性(原料の産地・気候風土や製造方法など)の比重が高い。



輸出商品の一例

課題への対応

- ・製造環境の整備と品質向上に努め、HACCPの認証を取得した。
- ・地域特性や製造環境、酒造りの文化を理解してもらうため、現地のディストリビューターやインバウンドを対象とした蔵見学、酒造り体験の実施に力を入れた。



外国人による酒造り体験

対応の結果

- ・蔵見学、酒造りの体験者が自身のSNSで自発的な情報発信を行ったことで、日本酒に興味を持つ不特定多数の消費者にアプローチすることができた。
- ・世界各国から蔵見学や酒造り体験の申込があり、日本酒への理解が深まるとともに日本酒の輸出増加につながった。



日本酒の試飲風景

今後の課題・展望

- ・現地で販売を行うパートナーによる日本酒の理解度向上に、より一層努める。
- ・日本酒への理解度が高い国・地域の開拓と輸出拡大。
- ・国内のコンテストで受賞した銘柄は輸出量も増えることから、海外のコンテストへの参加を視野に入れる。



日本酒と食のマッチングを体験

上閉伊酒造株式会社

事業概要

江戸時代後期の1789年創業。現在、日本酒とクラフトビールを製造しており、日本一のホップ産地遠野市で唯一の酒蔵である。令和4年度の生産量については、日本酒は200石(36kg)、クラフトビールは400石(72kg)である。令和3年4月にJETROの輸出プロモーター事業に採択されたことをきっかけに輸出事業に取り組み、令和4年度にアメリカ人2名を採用して輸出業務体制を強化し、東南アジアを中心に8か国・地域に日本酒を輸出している。

輸出先国・地域

中国(大連)、台湾、ドイツ 等

輸出品目

- ・日本酒
- ・スパークリング日本酒(7割)

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和2年度	0	—
令和3年度	963	中国(大連)、台湾
令和4年度	3,549	中国(大連)、台湾、タイ、香港、シンガポール、ドイツ、ベルギー、フランス

輸出の課題

- ・瓶不足
- ・生酒の短い賞味期限
- ・同業他社との差別化
- ・国際的な認証の取得

課題への対応

- ・ものづくり補助金を活用し、炭酸ガス充填機の導入及びパウチでの包装を可能にした。
- ・海外バイヤーとの商談会において、スパークリング日本酒で新規の契約をとったのち、「純米大吟醸 結の香」等の他の日本酒も売り込む戦略をとる。
- ・ISO22000認証取得に向けて実施体制を整える。

対応の結果

- ・日本酒をパウチに充填し、冷凍して輸出することで生酒の欠点である短い賞味期限を克服、多くの国に輸出可能になった。
- また、輸送面においては、スペースの確保及び衝撃・振動の影響を低減できた。

今後の課題・展望

- ・韓国、中国(2、3都市増加)、アメリカへの輸出を目指す。
- ・いずれは、売上に占める輸出割合10%を達成する。
- ・クラフトビール「ZUMONA」を缶に充填し、シンガポールに輸出する。
- ・ISO22000の認証取得後、before・afterの様子をHP上に掲載する。



商品一覧



ビール醸造士とアメリカ人スタッフ



パウチ充填凍結日本酒



日本酒の瓶内二次発酵倉庫

青森県農村工業農業協同組合連合会(JAアオレン)

事業概要

青森県内で生産された農産物の加工・販売を行い地域経済発展に寄与する事業に取り組むなか、平成21年、青森県主催のバイヤー商談会に参加したことを契機に輸出事業を開始。りんごジュースを皮切りに、平成30年からは野菜果実混合ジュースも輸出品目に加えた。県および関係団体と連携し、農林水産物・食品輸出促進対策事業を活用し現地での試飲プロモーションを展開。また海外現地商社と協働でPB商品の開発を行い、販路拡大を図っている。

輸出先国・地域

台湾、香港、シンガポール、アメリカ 等

輸出品目

- ・りんごジュース
- ・野菜果実混合ジュース

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	320,000	台湾、香港、シンガポール、アメリカ 等
令和4年度	280,000	台湾、香港、シンガポール、アメリカ 等
令和5年度	300,000	台湾、香港、シンガポール、アメリカ 等

輸出の課題

- ・日本の食品の安全性に注目が集まっていることを背景に、果汁飲料の商品数も増えてきており、商品の差別化や新たな輸出先の開拓が必要となっている。
- ・糖度や非濃縮還元である保証等、輸出先各国・地域のニーズに応じたさまざまな認証の取得が求められている。

課題への対応

- ・独自製法の「密閉搾り」による高付加価値のりんごジュースを訴求するため、輸出先の量販店等で試飲プロモーションを展開した。
- ・イスラム圏への販路拡大に向け、取引のあった国内の貿易会社とともに約1年の準備を経てハラール認証を取得した。

対応の結果

- ・現地での試飲プロモーションにより、消費者に商品のおいしさがダイレクトに伝わり購買に繋がっただけでなく、おいしさの理由である「密閉搾り」についての理解も深まった。
- ・ハラール認証を取得したことで大きな注目を集め、現地商社や消費者の信頼度が高まり、輸出拡大への機運が醸成された。

今後の課題・展望

- ・現地の輸入業者と連携しながら、継続的な試飲プロモーションと商社・卸問屋との商談を展開する。
- ・ハラール認証を取得した商品をイスラム圏で展開することで、認知度の向上と輸出拡大を図る。



アメリカ量販店で実施したプロモーションでの商品陳列



アメリカ量販店での試飲プロモーションの様子



台北市内で行われた「日台フルーツ夏祭」でのステージPR

青森県輸出促進協議会

事業概要

海外輸出に積極的な青森県内の企業6社を発起人として、平成24年に設立。現在のメンバーは19社（中央会+19業者）で構成されている。輸出品目は、GI登録認定の黒ニンニクを含む多様な青森県産品。過去にはアメリカ西海岸のスーパーマーケットにおいて青森フェアの実施や海外のバイヤーを招聘した商談会、並びに輸出ノウハウ伝授セミナーを開催してきた。海外市場に興味がありつつも、一歩前へ踏み出せない企業をサポートしている。

輸出先国・地域

アメリカ、台湾、香港、
フィリピン、タイ 等

輸出品目

・黒ニンニク・リンゴ酢・菓子 等

輸出実績

※任意団体のため、協議会自体は輸出事業を行っておらず、
組合員が個人あるいは複数人で集まりそれぞれ輸出を実施している。

輸出の課題

- ・輸出先国の食品安全等の規制への対応。
- ・政情不安等のカントリーリスク。
- ・各会員へのサポート内容や情報提供の仕方。

課題への対応

- ・HACCP認証取得、モニタリング等に対する国の支援等の情報提供を行い、活用を推進した。
- ・行政等による技術支援やコンサルティングを実施した。
- ・パンフレットを作成し、協議会の概要について紹介した。また、ジェットロや青森県と協力してセミナーや商談会、海外の情報提供を実施した。

対応の結果

- ・会員自ら店頭で商品説明等の現地顧客対応を行う機会が設けられた。また会員同士で売り子を行い、他社商品の販売も手伝うなど、オール青森のスタンスが構築された。

今後の課題・展望

- ・商社機能は持っていないが、サポートを通して青森県の事業者と一枚岩になり輸出事業を推進する。
- ・任意団体として、ワンストップで対応できる協議会機能を強化していく。
- ・輸出品目を食品以外に増やし、会員の商品を海外展開できるサポートを継続する。



大潟村農産物・加工品輸出促進協議会

事業概要

主食用米の国内需要が減少するなか、生産者の所得を確保し持続可能な村づくりを進めるため、コメ及び加工品のマーケット先を海外へ拡大することを目的に、平成28年役場内に事務局を置き設立。国内外の食品展示会への積極的な出展、輸出環境調査、新商品開発支援等を実施する。「グルテンフリー認証」「ハラル認証」等、各種認証も取得しながら、玄米・精米及び米粉加工品をアメリカ・東南アジアへ輸出している。

輸出先国・地域

アメリカ、香港、台湾、
シンガポール、タイ、オーストラリア

輸出品目

・玄米・精米・ぎょうざ
・甘酒・グルテンフリーパスタ

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和2年度	29,420	アメリカ、香港、台湾、シンガポール、 タイ、オーストラリア
令和3年度	45,580	アメリカ、香港、台湾、シンガポール、 タイ、オーストラリア
令和4年度	70,650	アメリカ、香港、台湾、シンガポール、 タイ、オーストラリア

輸出の課題

- ・コメ輸出の競合が多く、価格競争に陥りやすい。
- ・展示会出展後のフォローセールスをどう展開するか。
- ・原料用米の低コスト栽培化。
- ・各種認証を取得する目的の明確化。



課題への対応

- ・新たな主力米粉加工品として「ぎょうざ」に注力した。
- ・展示会で情報収集することで、「栄養・健康面」でのPR、各種認証の表示が重要であると認識した。
- ・必要な認証についての取捨選択を実施した。



対応の結果

- ・米粉加工品「ぎょうざ」については、大豆ミートの使用も併せて、好調に輸出を拡大することができた。
- ・認証取得は、エシカル消費への対応を強化していくこととした。



今後の課題・展望

- ・大潟村だけではなく、秋田県全体・東北全体での連携が必要。併せて観光部局とも連携しながら産地の魅力を発信していく。
- ・有機米・有機大豆の生産を拡大し、ニーズに対応できる体制を強化する。
- ・全村的な取組として、「Jクレジット」を推進していく。



有限会社佐藤養助商店

事業概要

江戸末期の創業より、職人の手作業による伝統的製法で稲庭うどんを製造する。輸出事業は、商社を通じた間接輸出からスタート。市販用、業務用向けに現地で販売するほか、調理法・味・サービスを含めた「佐藤養助の伝統の味」をそのまま提供する業務提携の飲食店を、香港、韓国、シンガポール等で展開した。令和2年以降、コロナ禍により海外の飲食店が減少。展示会・商談会等を通じて販路の再構築に努めている。

輸出先国・地域

香港、韓国、アメリカ、
オーストラリア 等

輸出品目

・稲庭うどん

輸出実績

	輸出額(千円)	輸出先国・地域
令和3年度	18,134	香港、韓国、台湾、アメリカ 等
令和4年度	12,946	香港、韓国、アメリカ、オーストラリア 等
令和5年度	17,746	香港、韓国、アメリカ、オーストラリア 等

輸出の課題

- ・輸出拡大のため新規の取引先を獲得したいが、開拓およびPRが難しい。
- ・原料価格や輸送費等、輸出に至るまでのコストが以前より嵩んでいる。

課題への対応

- ・新たな販路の開拓を目的に、国内をはじめ、シンガポール等海外の展示会、商談会に出展した。
- ・展示会・商談会出展のために国の補助金を活用した。

対応の結果

- ・展示会・商談会に出展したことで、バイヤー等に商品をPRする機会が増加した。
- ・展示会・商談会で交流したバイヤーをはじめ、出展者間でも繋がりができ、情報共有をすることが可能になった。

今後の課題・展望

- ・国・地域ごとに輸出拡大に向けた戦略を練り、継続性のある輸出事業を展開していく。
- ・海外業務提携店舗の拡大についても、各国の現状を見極め精査していく。



展示会の商談ブース



シンガポールで開催された展示会



輸出商品の一例



細く艶やかな麺