

令和4年度グローバル産地づくり緊急対策事業
(GFPコミュニティ構築支援加速化委託事業(地方版))

事業実施報告書

1.事業概要方針	
実施方針	P2-P3
2.事業実施体制	P4
3.事業実施経過	P5
4.具体的実施内容	
掘り起こし候補リストの作成	P6
新たな輸出サポート体制支援の強化	P7
輸出事業者掘り起こし営業	P7
セミナー・商談会・交流会の開催	P9
講師の選定	P10
スケジュール	P11
実施状況・セミナー動画	P12
募集要項・運営マニュアルの作成	P13
セミナー内容について	P14
商談会について	P15
青森会場商談結果	P16
盛岡会場商談結果	P17
仙台会場商談結果	P18
交流会について	P19-21
セミナー・商談会・交流会アンケート結果	P22
参加者の状況と反応	P23
トライアル輸出の実施	P24
輸出の実証	P25-26
現地店舗での実施状況	P27-38
トライアル輸出のまとめ	P39
優良事例集の作成	P40
5.事業総括	
輸出の担い手のすそ野を広げる	P41

1.事業概要方針

実施方針

事業背景（実施要領より）

2025年2兆円、2030年5兆円の新たな輸出額目標を達成し、「稼げる輸出」の実現・拡大を図るためには、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押しするとともに、輸出産地におけるGFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）のネットワークを活用した海外ニーズや規制、技術的課題、産地間の連携等への対応など、輸出産地の輸出の取組段階に応じたきめ細やかな対応等が必要である。

このため、「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」において取りまとめられた「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（以下「戦略」という。）では、GFPを通じて、輸出にチャレンジするGFP登録者や輸出産地・事業者（以下「輸出産地」という。）に対する輸出先国・地域の規制やニーズの情報提供やこうした規制等に対応した生産を行うための技術指導、新たな技術を導入した輸出産地の育成等を行うこととなっている。

事業目的（実施要領より）

輸出産地・事業者の育成や支援に有効なGFPについては、会員が7,400を超え、輸出に対する関心が高まってきているものの、経験・規模には大きな格差があるため、多様化する輸出事業者のレベルに応じたサポートを行う必要があるほか、輸出額目標達成に向けては、新たに取り組む輸出スタートアップ（輸出意欲があり、まだ輸出をしていない、もしくは、輸出をしたことがあるが継続的にはできていない輸出事業者）をさらに増やしていく必要がある。

このため現場に密着したサポート体制を強化することとし、地方農政局段階では各府県やJETRO、輸出コンサル等関係機関と連携した掘り起こし活動やスタートアップへのきめ細かなサポートを行う。

また、輸出事業者にきめ細やかなサポートを行いつつ、輸出事業者に対する支援を抜本的に強化するほか、更なる輸出拡大に向けて品目別の状況に応じた取組等を進める。

現状分析を踏まえた事業コンセプト及び事業方針

01 事業コンセプト

訪日客を対象にした、地域の食文化に焦点を当てた輸出商品の新たな発掘とそれを契機とした東北管内ならではの輸出プラットフォームの形成

02 事業方針

輸出のスタートアップの新規掘り起こしとして、訪日客消費の起点となり、裾野が広い業界且つ比較的若い人材が多いことから、観光業（旅館、レストラン、土産物屋）にフォーカスする。また、訴求対象を訪日外国人として、帰国後にも再消費する好循環をの仕組みを構築する。

<人気のお土産が香港の高級スーパーマーケットで店頭販売>



<花巻温泉のオンラインショップ>



1. 事業概要方針

実施方針

03

事業の要求事項

項目
1. 新たな輸出サポート体制支援の強化
2. 掘り起こし・人づくりによるすそ野拡大等の確実な伴走支援の実施
① GFP 事務局との連絡調整
② 掘り起こし候補リストの作成
③ 掘り起こしと伴走支援
④ セミナー・商談会・交流会等の開催
⑤ トライアル輸出の実施
3. 輸出に取り組む事業者等の効果の把握

提案コンセプト（事業の実施方針）

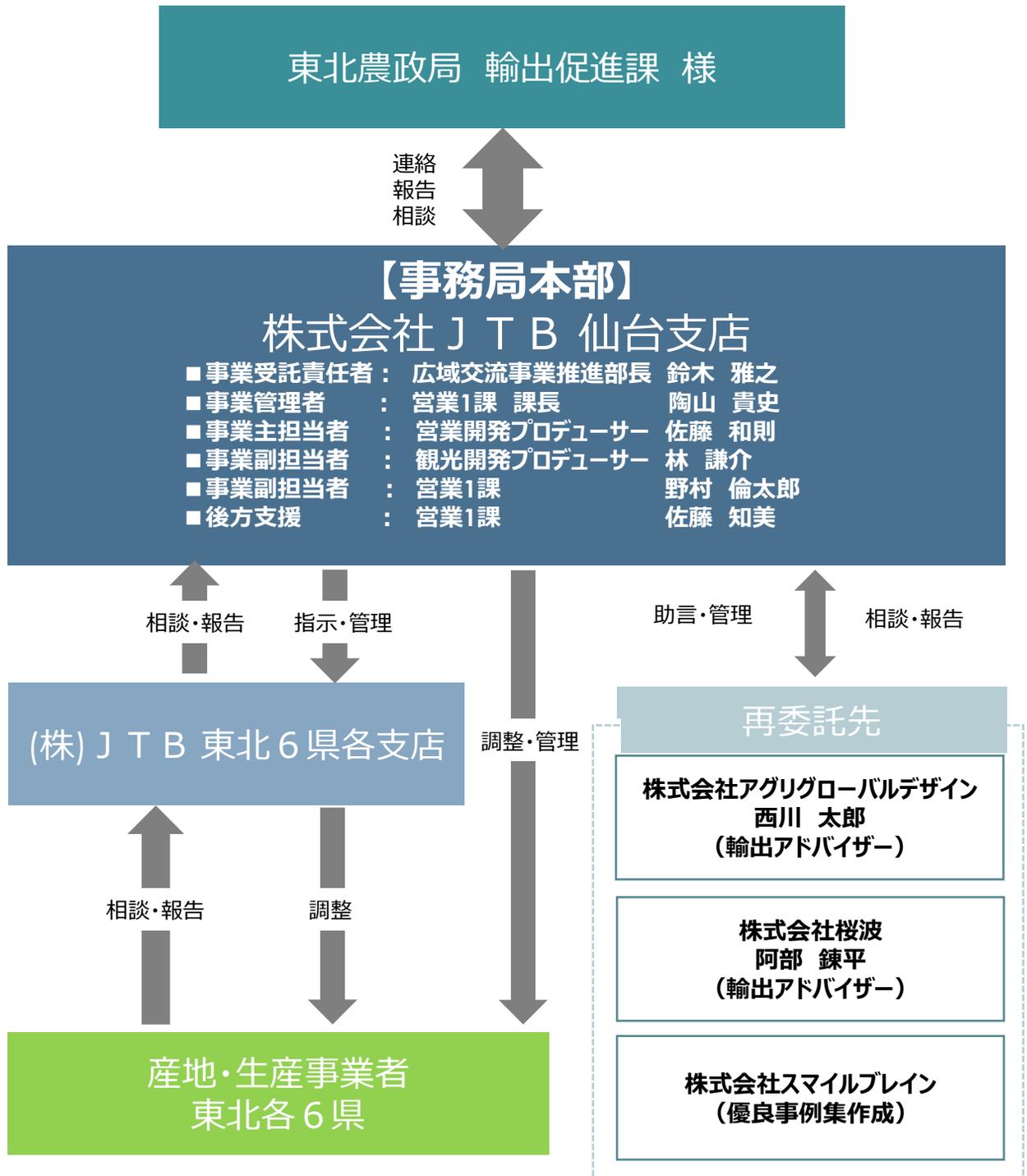
「訪日客消費から帰国後消費への好循環」をコンセプトに

1. 訴求力のある東北管内の地域の食文化を訪日外国人に訴求する、新たに輸出に取り組む事業者を発掘。
2. 輸出に係る知識・技術の習得、そしてバリューチェーン・サプライチェーンの実証により事例共有することで、東北管内のサポート体制（プラットフォーム）構築推進。
3. 東北6県にある、JTB箇所と連携し、きめ細かな輸出に取り組む事業者をサポート。

2. 事業実施体制

事業の準備に関し、事業実施に関わる関係者との連絡調整を行う体制

株式会社 J T B 仙台支店が東北GFP事務局を担い、輸出に取り組みたい事業者のすそ野拡大に向けた実証支援を目的に、提案書に基づく事業を展開。



3.事業実施経過

事業実施経過

円滑に事業を推進するため、下記スケジュールをもとに事業計画を行った。
進捗状況により都度微調整を行い、それぞれの事業を推進した。

実施項目		2023年				2024年			
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
(1) 新たな輸出サポート体制支援の強化									
		← 訪問による事業内容の説明 →							
① GFP 事務局との連絡調整									
		← 本部イベントの確認・講師派遣調整 →							
(2) 掘り起こし・人づくりによるすそ野拡大等の確実な伴走支援の実施	② 掘り起こし候補リストの作成								
	← 選定基準設定・確定事業者リストアップ →								
	③ 掘り起こしと伴走支援								
	事前準備		← 新規産地・事業者掘り起こし →				← 掘り起こし事業者の伴走支援 →		
	④ セミナー・商談会・交流会等の開催								
← 各地域の会場手配 ・ 講師の選定・確定・調整 ・ バイヤー招聘 ・ 参加事業者募集 →									
セミナー開催 3地域 ● ● ● 1月29・30・31日開催									
⑤ トライアル輸出の実施									
← 参加事業者の募集・決定 ・ 現地ECサイト、小売店との調整 →									
					輸出手続き	販売期間2月20～26日 ● ← 輸送開始 →			
(3) 輸出に取り組む事業者等の効果の把握									
						← 優良事例ヒアリング・報告書作成 →			

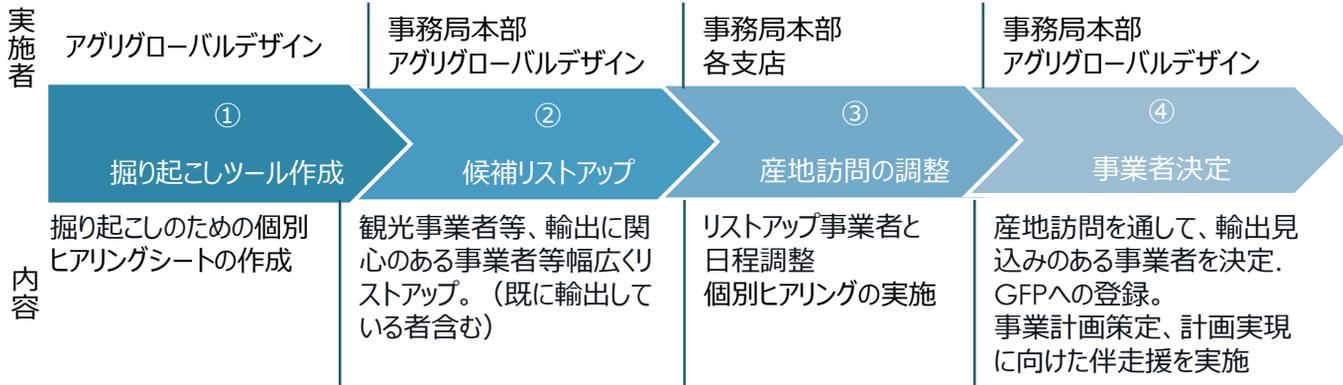
事業終了令和6年3月15日(金)

4. 具体的実施内容

掘り起こし・人づくりによるすそ野拡大等の確実な伴走支援の実施

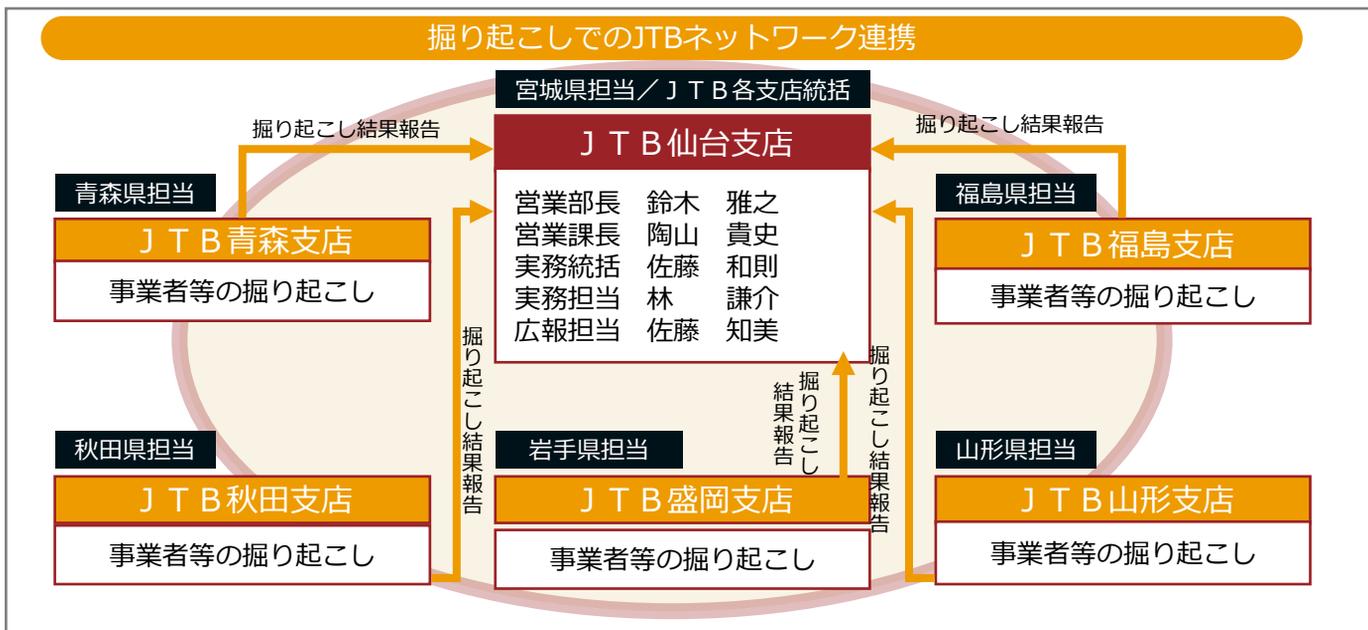
弊社の強みである観光事業者（旅館・ホテル・レストラン、観光農園等）とのネットワークを活用して新規産地・事業者等の掘り起こしを実施。

■ 事業者の掘り起こしフロー



■ 取組体制

宮城県	青森県	秋田県	岩手県	山形県	福島県
仙台支店	青森支店	秋田支店	盛岡支店	山形支店	福島支店



掘り起こし候補リストの作成

- 目標：水産物、果樹、野菜等から **5品目以上**、品目毎に**20事業者以上**
- 輸出に関心のある者（既に輸出している者を含む。）

■ 取組結果

1) 水産物(加工品)	; 24事業者	4) 酒類	; 25事業者
2) 農産物・米(加工品)	; 24事業者	5) 果物(加工品)	; 23事業者
3) 菓子類	; 21事業者		

- **5品目、95事業者のリストアップを実施**

4. 具体的実施内容

新たな輸出サポート体制支援の強化

輸出に取り組む関係機関との新たな輸出サポート体制を構築するためコミュニケーションを取り協力依頼を実施。

■ 輸出に取り組む関係機関への連絡体制

● 32 組織・団体

32組織 団体	<ul style="list-style-type: none"> ■ 青森県観光国際戦略局国際経済課輸出促進G ■ 青森県県土整備部港湾空港課港湾振興・物流支援G ■ 青森県中小企業団体中央会 ■ 青森銀行ビジネスパートナー部ビジネス企画課 ■ JETRO青森貿易情報センター ■ 一般社団法人十和田奥入瀬観光機構 ■ 青森県輸出促進協議会 ■ 一般社団法人青森りんご輸出協会 ■ 詩の国秋田株式会社・秋田銀行 ■ 大瀧村農産物・加工品輸出促進協議会 ■ 岩手県農林水産部流通課 ■ 岩手県商工労働部観光課 ■ 岩手県中小企業団体中央会 ■ 岩手県産株式会社 ■ 一般社団法人世界遺産平泉・一関DMO ■ JETRO岩手貿易情報センター 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 宮城県経済商工観光部国際ビジネス推進室 ■ 宮城県水産林政部水産振興課 ■ 宮城県農政部農業政策課 ■ 仙台市経済局イノベーション推進部産業振興課 ■ 公益財団法人みやぎ産業振興機構アグリビジネス支援室 ■ 公益財団法人みやぎ産業振興機構水産加工業ビジネス支援室 ■ JETRO仙台貿易情報センター ■ JETRO地域統括センター ■ 宮城県加美町役場 ■ 七十七銀行市場国際部アジアビジネス支援室 ■ 山形県農林水産部農政企画課 ■ 福島県農林水産部農林企画課 ■ 福島県農林水産部水産課 ■ 福島県観光交流局福島県貿易促進協議会 ■ JTB協定旅館ホテル連盟 東北支部連合会 ■ JTBたびなネット 東北支部
------------	--	---

輸出事業者掘り起こし営業

弊社各支店を活用しながら【セミナー・商談会・交流会】【トライアル輸出】の2つを目的に、参加事業者を募集するための掘り起こし活動を実施。

■ 伴走支援

- 目標：掘り起こし事業者数 **6社（事業者）以上**
- 実施時期 2023年9月～11月掘り起こし後、12月～3月の支援

■ 伴走支援選定事業者

- **7事業者の選定**
 - ・シンガポールへのトライアル輸出に向けて 5事業者
 - ・輸出拡大に向けて模索中 1事業者（仙都魚類株式会社）
 - ・これから輸出販売に取り掛かりたい 1事業者（株式会社松島蒲鉾本舗）

	事業者名	所在地	品目	商材名	備考
1	株式会社中勇酒造店	宮城県	酒類	天上夢幻 伊達なゆず梅酒	加美町やくらい薬師の湯
2	株式会社松栄堂	岩手県	菓子類	ごま擦り団子	世界遺産平泉・一関DMO
3	あぶくま食品株式会社	福島県	果物(加工品)	若桃の甘露煮	
4	株式会社Wing Apple	青森県	農産物(加工品)	りんごセミドライ	
5	株式会社松島蒲鉾本舗	宮城県	水産物加工品	笹かま	物産・レストラン施設
6	株式会社L J R	宮城県	菓子類(ジュース)	ゆずサイダー	柴田町商工観光課
7	仙都魚類株式会社	宮城県	水産物(加工品)	明太チューブ、冷凍寿司ネタ	

4. 具体的実施内容

■ 掘り起こし結果（セミナー・商談会・交流会）

● 3会場：47社

青森会場：12社

- 有限会社サンアップル醸造ジャパン
- 十和田奥入瀬観光機構
- 三浦農園
- 板柳りんご農園
- 佐藤商店
- 株式会社やましめ
- 館山商会
- 有限会社マルカワ渋川せんべい
- 合同会社ナチュラル青森
- 青森観光りんご園
- 青森銀行
- 株式会社ディー・エム広告社

盛岡会場：14社

- 株式会社道奥金婚亭
- 岩手雪道株式会社
- ネクススファーム
- 南幅農園
- 有限会社トロイカ
- 石橋ファーム
- 世界遺産平泉・一関DMO
- 工藤農園
- 花巻温泉株式会社
- 元正榮北日本水産株式会社
- 株式会社平泉観光レストセンター
- 菊の司酒造株式会社
- 江刺開発振興株式会社
- 株式会社エーデルワイン

仙台会場：21社

- 株式会社高政
- 株式会社松島蒲鉾本舗
- 株式会社加美町振興公社
- 株式会社遊佐
- 仙都魚類株式会社
- 丸山株式会社
- STIR株式会社
- 仙台reborn株式会社
- 株式会社貴千
- 株式会社田伝むし
- 日本通運株式会社
- 株式会社HKインターナショナル
- マルヤ水産株式会社
- 株式会社情翔
- 東北ちゆらトラベル株式会社
- 有限会社フロム・イン
- 合同会社トレルピ
- 株式会社第一広告社
- 株式会社アーク
- 株式会社松葉園
- 古川敷玉北部水稲集団栽培組合

自治体：3か所

- 岩手県商工労働観光部
- 宮城県加美町役場
- 宮城県国際ビジネス推進室

4. 具体的実施内容

セミナー・商談会・交流会の開催

- ◆ セミナー：セミナーテーマは、各開催地の輸出レベルに合わせたテーマを設定
- ◆ 個別商談会：参加事業者の輸出意欲向上を目的に、バイヤーとの個別商談会を実施
- ◆ 交流会：バイヤーや生産者同士で情報交換が行える内容とし、人づくりを行い輸出のすそ野拡大を図る

■ 実施概要

項目	内容
開催時期	2024年1月29日～31日 3回開催
開催地	<ul style="list-style-type: none">青森：1月29日(月) 会場名 アスパム盛岡：1月30日(火) 会場名 マリオス仙台：1月31日(水) 会場名 仙台市戦災復興記念館
開催形態	リアル開催及びセミナー内容については、アーカイブでの視聴も実施
開催規模	<ul style="list-style-type: none">青森会場：セミナー参加者：14名 / バイヤー：6社 / 商談出展者：6社盛岡会場：セミナー参加者：23名 / バイヤー：5社 / 商談出展者：7社仙台会場：セミナー参加者：40名 / バイヤー：4社 / 商談出展者：7社
実施内容	<ul style="list-style-type: none">セミナー及び商談会、交流会の開催開催に関わる準備、当日の運営

■ 実施体制

本部事務局		事業企画調整	
株式会社 J T B 仙台支店		株式会社 アグリグローバルデザイン	
実施項目	<ul style="list-style-type: none">事業全体運営産地・事業者募集参加申込書等とりまとめ会場の手配、調整	実施項目	<ul style="list-style-type: none">事業運営アドバイザー兼運営サポートセミナー講師の手配セミナーテーマ設定交流会でのバイヤー等輸出関連事業者招聘
相談コーナー			
・ ジェトロ ・ 宮城県 ・ 輸出産地サポーター			
実施項目	・ 参加事業者の相談対応		

■ 会場選定

人数に見合う広さとアクセスしやすい場所を考慮し会場を選定。



青森会場：アスパム



盛岡会場：マリオス



仙台会場：仙台市戦災復興記念館

4. 具体的実施内容

講師の選定

輸出初心者向け・既に輸出している事業者向けのバランスを考慮しながら選定。

【青森会場】 株式会社新杵堂 代表取締役会長 田口 和寿 氏

創業昭和23年本社岐阜県中津川。
栗菓子・創作スイーツを中心とした食領域における製造販売事業者。
FSCC22000を取得し、国内外で販路を拡大している。
特にEC戦略が得意としている。



【青森会場】 株式会社 アグリグローバルデザイン 代表取締役社長 西川 太郎 氏

農林水産省や自治体の輸出支援事業を受託。統括運営責任者として携わる。
受託した事業は、国内外での商談会開催、国際見本市のジャパンブース運営、海外でのアンテナショップの設置、在外公館でのレセプション運営、海外マーケティング調査、越境ECサイトの立ち上げ・運営等



【岩手会場】 ジェイGrab株式会社 取締役 横川 広幸 氏

ジェイGrabは、越境ECプラットフォーム運営『j-Grab Mall』を運営している。
越境ECの支援実績2,500社超、越境ECサイト構築・海外ECモール出店の支援実績250社超。大手企業や自治体、大規模開発まで、2010年の創業から積み上げてきた実績は越境EC業界No.1の企業です。



【岩手会場】 合同会社シオタトレーディング 代表社員 塩田 靖浩 氏

大手物流会社等を経て、2007年に貿易コンサルタントとして独立。
食品の輸出商談を目的としてアジア・中東・オセアニア・欧州・北米・南米の29カ国・地域に渡航し、食品輸出の豊富な支援実績を有します。
通関士試験・ジェトロ認定貿易アドバイザー試験合格者。食品の海外販路開拓、海外展示会出展、海外の輸入規制、貿易実務全般のアドバイスが可能です。



【仙台会場】 株式会社桜波 代表取締役 阿部 錬平 氏

宮城県仙台市に本社のある海外流通を創造する事業開発会社。日本食の海外事業開発、日本食の越境D to C プラットフォーム【Palm Global Market】の開発・運営を。東北太平洋沿岸の水産物関係に強みを持っている。



【仙台会場】 GFP事務局（アクセンチュア）：小栗 史也 氏

アクセンチュア入社後、主に官公庁/自治体・金融・教育・スマートシティ関連の案件を中心に従事。2014年：農林水産省「輸出戦略実行事業」を皮切りに、日本産農産物の輸出に向けた海外調査・輸出戦略策定・輸出支援業務に継続的に従事。農林水産省・品目団体の輸出事業中心に参画しており、2018年からはGFPの立上り～運営に責任者として参画 ➤ 加工品部会の立上り・物流ルート構築にも注力。



4. 具体的実施内容

スケジュール

3会場での開催とも同じスケジュールで実施。

時間	項目	内容
9:30～	受付	会場誘導・受付等
10:00～12:00	セミナー	<p>■ 青森開催（2024年1月29日） テーマ①：輸出におけるF S S C 2 2 0 0 0の取得の効果 講演者：株式会社新杵堂（田口和寿氏） テーマ②：輸出のつまずきポイント 講演者：株式会社アグリグローバルデザイン（西川太郎氏）</p> <p>■ 盛岡開催（2024年1月30日） テーマ①：越境EC商品の可能性 訪日による食体験から帰国後消費の仕掛け 講演者：ジェイクラブ(株)（横川弘幸氏） テーマ②：商談会に参加する事業者 F C Pシートの記入のポイント 講演者：合同会社シオタトレーディング（塩田 靖浩氏）</p> <p>■ 仙台開催（2024年1月31日） テーマ①：輸出を検討したい事業者向け 輸出に取り組む手順 講演者：株式会社桜波（阿部錬平氏） テーマ②：輸出に壁を感じている事業者 輸出の先進事例 講演者：アクセンチュア株式会社（小栗史也氏）</p>
13:00～16:20	個別商談会 (相談コーナーを設置) 各商談枠20分	<p style="text-align: center;">実施方法</p> <ul style="list-style-type: none">● 事前アポイント型個別商談● バイヤー、サプライヤー双方に商談希望を聞く● F C Pシート（輸出用）を商談ツールとして利用● 相談コーナーは、ジェトロ、輸出産地サポーター、県等に担っていただいた。
16:30～18:00	交流会	<p>グループディスカッション</p> <ul style="list-style-type: none">● 司会進行：モデレーターと記録者を運営側から配置● 交流会には観光事業者（旅館、レストラン）と商談会に参加したバイヤー、輸出コンサル等幅広い業態から参加。 <p><テーマ> 「訪日客の食体験から帰国後消費につながる工夫」</p>

4. 具体的実施内容

実施状況

■ 青森会場



■ 盛岡会場



■ 仙台会場



4. 具体的実施内容

セミナー内容について

輸出初心者向け・既に輸出している事業者向けのバランスを考慮しながら選定。

【青森会場】 株式会社新杵堂 代表取締役会長 田口 和寿 氏

「輸出に取り組むために考えた事」自らの体験に基づいた注意点・気づきについてお話をいただく。「マーケットインの商品開発とこだわりの付加価値」「各種リスク対応」「商品品質及び組織の持続的成長を促すFSSC22000を活用した取組」「SNSの活用」などより具体的に分かりやすく取組を紹介。



【青森会場】 株式会社 アグリグローバルデザイン 代表取締役社長 西川 太郎 氏

「輸出につまずかないポイント」として輸出を始める前に考えておくべき5つの事項「市場を知る」「輸出計画を立てる」「輸出に取り組む準備」「販路の開拓」「ブランディング活動」について分かりやすく説明。特に販路の開拓については、FCPシート作成の重要性やバイヤーとの取引基準の設定など丁寧に解説。



【岩手会場】 ジェイグラフ株式会社 取締役 横川 広幸 氏

「食品における越境ECの進め方」について業界No1の知識と経験を通して「国際配送についての基礎知識」からより具体的なBtoC、BtoBそれぞれに対する越境ECの進出方法を解説。最後に事業に臨むにあたっての心構え「考えながら走れ」「アピールとは」「国際情報の読み込み」等の重要性を指摘。



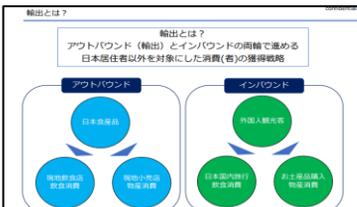
【岩手会場】 合同会社シオタトレーディング 代表社員 塩田 靖浩 氏

「FCPシートの記入のポイント」について商談会に参加する事業者様向けに説明。基本的なFCPシートの概要と留意点から国内取引と輸出の違いとなる規制や商流、直接輸出を行う際の取引条件などに触れ、これらを踏まえてあらためてどのようにFCPシートを作成すればいいか具体例を持って説明。



【仙台会場】 株式会社桜波 代表取締役 阿部 錬平 氏

「輸出に取り組む手順」を輸出を検討したい事業者向けに解説。食品輸出の始め方について流通の流れや事業計画の策定、市場調査など基礎的なやるべき事項を丁寧に説明。最後に近年のコロナ禍における市場の変化について注意点を解説。



【仙台会場】 GFP事務局 (アクセンチュア) : 小栗 史也 氏

「輸出先進事例の紹介」を通して宮城からの輸出可能性を解説。輸出におけるチームづくりの重要性や海外ニーズを踏まえた商品開発・売り方のこだわりなど具体的な成功事例を紹介。日本文化や地域ブランドの活用の重要性を訴える。最後にGFPを通じた輸出支援メニューの解説と共にGFPへの登録への案内を行った。



4. 具体的実施内容

商談会について

- 輸出商社の商談希望に沿ったマッチングプログラム（バイヤーオフアール型）
- 出展者は商談テーブルに着席、商談時間にバイヤーが移動。
- 1回の商談時間は20分で設定。

■ 青森会場

No	バイヤー名	業種	取扱い品目	バイヤー説明	参加形態
1	株式会社新杵堂	食品メーカー	果物等・スイーツ	果物を原料にした冷凍スイーツを開発し輸出版売している。	
2	株式会社WeAgri	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人を持つ。シンガポールでは通販も展開	
3	フレッシュカート株式会社	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人あり。Wao Martに棚を持つ。	
4	ジェイグラフ株式会社	越境EC	食品全般	越境ECプラットフォーム「ジェイグラフモール」を運営	オンライン
5	株式会社桜波	輸出商社	食品全般	シンガポールの販路を持つ	
6	中和商事株式会社	輸出商社	食品全般	中国、東アジア、東南アジアに販路を持つ	オンライン

No	出展者名	カテゴリー	生産地	生産品・商品	参加形態
1	株式会社ホーテック	農産物・果樹	青森県	りんご・黒にんにく	※当日欠席
2	一般社団法人十和田奥入瀬観光機構	酒類	青森県	日本酒（担当地域の産品の輸出サポートに力を入れて行く）	
3	佐藤商店（さつすい）	酒類・水産物(加工品)	青森県	日本酒・すじこ	
4	株式会社やしまめ	食肉加工品	青森県	ハム・ソーセージ	
5	有限会社マルカワ渋川せんべい	菓子類	青森県	南部せんべい	
6	株式会社ナチュラルプロビジョン	菓子類	青森県	プリン	

■ 盛岡会場

No	バイヤー名	業種	取扱い品目	バイヤー説明	参加形態
1	ジェイグラフ株式会社	越境EC事業者	食品全般	越境ECジェイグラフモールを運営。	
2	株式会社WeAgri	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人を持つ。シンガポールでは通販も展開	
3	フレッシュカート株式会社	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人あり。Wao Martに棚を持つ。	
4	株式会社桜波	輸出商社	食品全般	シンガポールの販路を持つ	
5	中和商事株式会社	輸出商社	食品全般	中国、東アジア、東南アジアに販路を持つ	オンライン

※株式会社新杵堂が青森に続き、盛岡にも参加商談したいと申し出があり、急遽盛岡会場にも参加いただく。

No	出展者名	カテゴリー	生産地	生産品・商品	参加形態
1	元正業北日本水産株式会社	水産物(加工品)	岩手県	スチーム冷凍アワビ	
2	一般社団法人世界遺産平泉・一関	農産物(加工品)	岩手県	切り餅・山小屋ジェラート「君と、とうもろこし」	
3	株式会社道奥	農産物(加工品)	岩手県	金婚漬	
4	菊の司酒造株式会社	酒類	岩手県	日本酒	
5	株式会社エーデルワイン	酒類	岩手県	ワイン	
6	株式会社アーク	食肉加工品	岩手県	ハム・ソーセージ	オンライン
7	株式会社平泉観光レストセンター	菓子類	岩手県	焼きせんべい	

■ 仙台会場

No	バイヤー名	業種	取扱い品目	バイヤー説明	参加形態
1	株式会社桜波	輸出商社・越境EC事業者	食品全般	仙台に本社がある輸出商社。シンガポールに定期的な販路を持っている。	
2	株式会社WeAgri	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人を持つ。シンガポールでは通販も展開	
3	フレッシュカート株式会社	輸出商社	食品全般	シンガポールに現地法人あり。Wao Martに棚を持つ。	
4	ジェイグラフ株式会社	越境EC事業者	食品全般	越境ECジェイグラフモールを運営。	オンライン

No	出展者名	カテゴリー	生産地	生産品・商品	参加形態
1	株式会社高政	水産物(加工品)	宮城県	笹かまぼこ	
2	仙都魚類株式会社	水産物(加工品)	宮城県	ほたて貝柱、冷凍水産加工品	
3	株式会社貴千	水産物(加工品)	福島県	かに甲らかまぼこ	
4	株式会社田伝むし	米類	宮城県	宮城県産ササニシキ	
5	マルヤ水産株式会社	水産物(加工品)	宮城県	牡蠣・銀鮭缶詰	
6	有限会社玉谷製麺所	農産物(加工品)	山形県	パスタ	※当日欠席
7	株式会社遊佐	米類	宮城県	宮城県産米	

4. 具体的実施内容

【青森会場】商談結果

■ マッチングプログラム

バイヤーNo	バイヤー名	個別商談時間						
		① 13:00~13:20	② 13:30~13:50	③ 14:00~14:20	④ 14:30~14:50	⑤ 15:00~15:20	⑥ 15:30~15:50	⑦ 16:00~16:20
1	株式会社新杵堂	1 株式会社ホーテック	4 株式会社ナチュラルプロビジョン					
2	株式会社WeAgri	4 株式会社ナチュラルプロビジョン	1 株式会社ホーテック	3 有限会社マルカワ 渋川せんべい				
3	フレッシュカート株式会社	2 株式会社やましめ	3 有限会社マルカワ 渋川せんべい	4 株式会社ナチュラルプロビジョン				
4	ジェイクラブ				3 有限会社マルカワ 渋川せんべい			
5	株式会社桜波	5 十和田奥入瀬観光機構	6 佐藤商店 (きっすい)	1 株式会社ホーテック	2 株式会社やましめ	3 有限会社マルカワ 渋川せんべい	4 株式会社ナチュラルプロビジョン	
6	中和商事株式会社		2 株式会社やましめ					

1. 業者 商談結果

成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
1	0	3	9	13

- (株)新杵堂と(株)ナチュラルプロビジョンの間で韓国と国内向けにECサイト販売として成約。
- フレッシュカート(株)と(有)マルカワ渋川せんべいとの間で継続交渉。
- フレッシュカート(株)と(株)ナチュラルプロビジョンの間で継続交渉。

2. バイヤー 商談結果

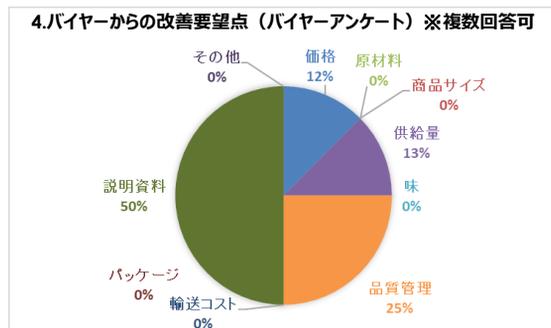
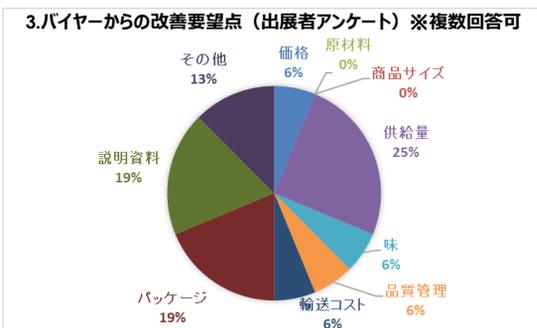
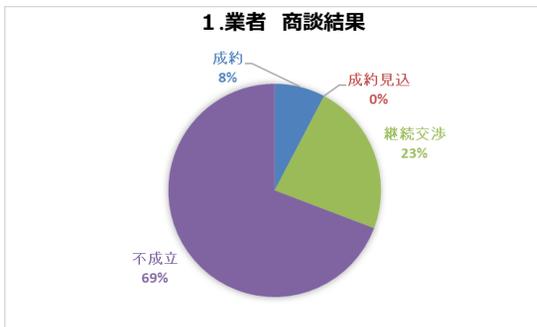
成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
1	0	5	7	13

3. バイヤーからの改善要望点 (出展者アンケート) ※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
1	0	0	4	1	1	1	3	3	2

4. バイヤーからの改善要望点 (バイヤーアンケート) ※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
1	0	0	1	0	2	0	0	4	0



4. 具体的実施内容

【盛岡会場】商談結果

■ マッチングプログラム

バイヤーNo	バイヤー名	個別商談時間						
		① 13:00~13:20	② 13:30~13:50	③ 14:00~14:20	④ 14:30~14:50	⑤ 15:00~15:20	⑥ 15:30~15:50	⑦ 16:00~16:20
1	ジェイグラブ株式会社	1 元正栄 北日本水産株式会社	2 (社)世界遺産 平泉・一関DMO	5 株式会社エーデルワイン				
2	株式会社WeAgri	3 株式会社道奥	1 元正栄 北日本水産株式会社	2 (社)世界遺産 平泉・一関DMO	4 菊の司酒造株式会社	5 株式会社エーデルワイン		
3	フレッシュカート株式会社	4 菊の司酒造株式会社	3 株式会社道奥	1 元正栄 北日本水産株式会社	2 (社)世界遺産 平泉・一関DMO		6 株式会社アーク (Ark館ヶ森)	5 株式会社エーデルワイン
4	株式会社桜波	7 株式会社平泉観光光レシセンター	4 菊の司酒造株式会社	3 株式会社道奥	1 元正栄 北日本水産株式会社	2 (社)世界遺産 平泉・一関DMO	5 株式会社エーデルワイン	
5	中和商事株式会社			4 菊の司酒造株式会社	5 株式会社エーデルワイン	1 元正栄 北日本水産株式会社	2 (社)世界遺産 平泉・一関DMO	6 株式会社アーク (Ark館ヶ森)

1. 業者 商談結果

成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
0	0	9	16	25

● 成約・成約見込案件は、無かったがバイヤー意向として12件の継続交渉案件が発生。

2. バイヤー 商談結果

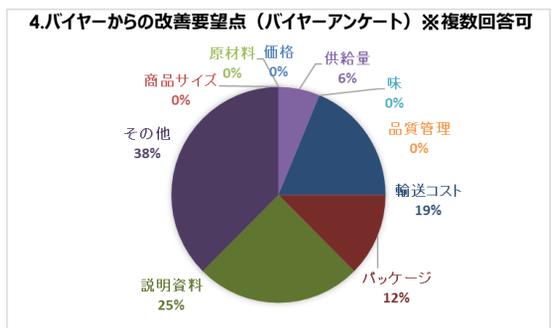
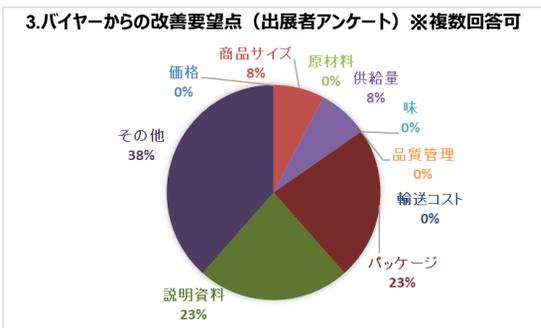
成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
0	0	12	13	25

3. バイヤーからの改善要望点 (出展者アンケート) ※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
0	1	0	1	0	0	0	3	3	5

4. バイヤーからの改善要望点 (バイヤーアンケート) ※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
0	0	0	1	0	0	3	2	4	6



4. 具体的実施内容

【仙台会場】商談結果

■ マッチングプログラム

バイヤーNo	バイヤー名	個別商談時間						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
		13:00~13:20	13:30~13:50	14:00~14:20	14:30~14:50	15:00~15:20	15:30~15:50	16:00~16:20
1	株式会社桜波	1 株式会社高政	6 有限会社玉谷製麺所	7 株式会社遊佐	2 仙都魚類株式会社	5 マルヤ水産株式会社	3 株式会社貴千	4 株式会社田伝むし
2	株式会社WeAgri	3 株式会社貴千	1 株式会社高政	2 仙都魚類株式会社	5 マルヤ水産株式会社	4 株式会社田伝むし	6 有限会社玉谷製麺所	
3	フレッシュカート株式会社	2 仙都魚類株式会社	4 株式会社田伝むし	1 株式会社高政	3 株式会社貴千	6 有限会社玉谷製麺所	5 マルヤ水産株式会社	7 株式会社遊佐
4	ジェイグラブ株式会社	4 株式会社田伝むし	5 マルヤ水産株式会社	6 有限会社玉谷製麺所	7 株式会社遊佐	2 仙都魚類株式会社	1 株式会社高政	3 株式会社貴千

1. 業者 商談結果

成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
0	1	14	8	23

- ジェイグラブ(株)と(株)田伝むしの間で越境EC販売として成約見込。
- バイヤー意向として16件の継続交渉案件が発生。

2. バイヤー 商談結果

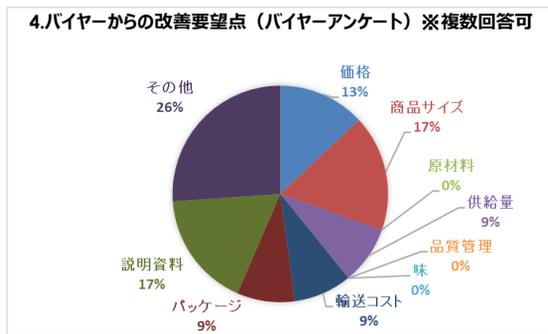
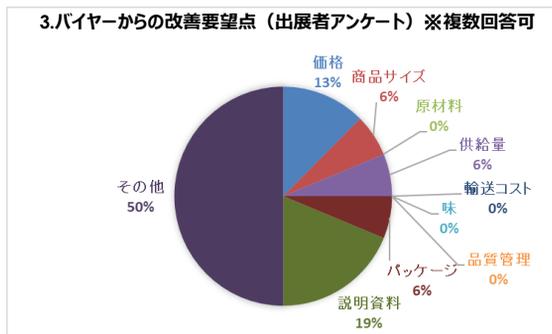
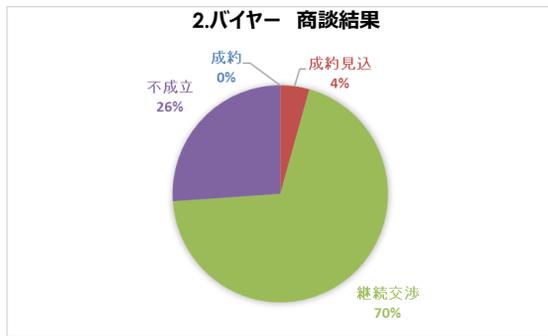
成約	成約見込	継続交渉	不成立	商談合計数
0	1	16	6	23

3. バイヤーからの改善要望点（出展者アンケート）※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
2	1	0	1	0	0	0	1	3	8

4. バイヤーからの改善要望点（バイヤーアンケート）※複数回答可

価格	商品サイズ	原材料	供給量	味	品質管理	輸送コスト	パッケージ	説明資料	その他
3	4	0	2	0	0	2	2	4	6



4.具体的実施内容

交流会について

- グループディスカッション方式で実施
- 司会進行：モデレーターと記録者を運営側から配置
- 交流会には観光事業者（旅館、レストラン）と商談会に参加したバイヤー、輸出コンサル等幅広い業態から参加。

<テーマ>

「訪日客の食体験から帰国後消費につながる工夫」

■青森会場

参加者13名

- | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------------|
| ■ 有限会社サンアップル醸造ジャパン | ■ 青森銀行 | ■ 株式会社ディー・エム広告社 2名 |
| ■ 株式会社桜波 | ■ 株式会社WeAgri | ■ 株式会社新粋堂 |
| ■ 東北農政局 4名 | | |
| ■ モデレーター/記録者：株式会社アグリグローバルデザイン 2名 | | |

モデレーターの(株)アグリグローバルデザイン西川代表より最初に「訪日客の食体験による好循環の進化」についてスライドを使いながら解説、その後(有)サンアップル醸造ジャパンから梅酒のサンプル提供を交えながら、越境ECで販売する際の工夫についてディスカッションを実施。

【ディスカッション内容】

- ・ストーリー性：商品と現地言語の説明文を入れる。ニュアンスが伝わらないケースも有るため、ネイティブチェックを入れる。
- ・日本食文化：梅酒は中華圏で伸長している、リキュール類も好調。
- ・価格：マーケット、ターゲットを見定めて適正価格を決める。
- ・SNS投稿：Tiktok、Facebookを活用し認知させる。
- ・SNS投稿：YouTuberと直接契約、その際に商品だけでなく理念、ビジョン、成長性も説明する。場合によってはアウトソーシングをして連携することもある。
- ・ギフト性：おすそ分けニーズを狙って仕掛けて行く。
- ・輸送手段：他商品と合わせて輸送コストを吸収する。特に地域で活力とストーリー性も高まる。
- ・現地の嗜好：ジェトロに相談してみる。現地の嗜好に合わせて商品設計を変える。（例：アルコール度数）
- ・現地の嗜好：オリジナルパッケージを作る。



4. 具体的実施内容

■ 盛岡会場

参加者11名

- 元正榮北日本水産株式会社
- 株式会社桜波
- 東北農政局 2名
- モデレーター/記録者：株式会社アグリグローバルデザイン 2名
- 岩手県商工労働観光部
- ジェイクラブ株式会社
- 株式会社ディー・エム広告社 2名
- 株式会社JTB

モデレーターの(株)アグリグローバルデザイン西川代表より最初に「訪日客の食体験による好循環の進化」についてスライドを使いながら解説、その後、越境ECの専門家であるジェイクラブ(株)横川取締役も参加しながら、越境ECで販売する際の工夫についてディスカッションを実施。

【ディスカッション内容】

- ・ターゲット層：対象国に提供商品を食す文化があるか調べる。
- ・ストーリー性：箱のままだと購買意欲が湧かないため、中身は奢侈でPRする。パッケージはアップで撮る。盛り付けや食べているシーンは押さえる。
- ・日本食文化：地域でまとめてストーリー性、統一性を出す。
- ・地域の魅力：東北の場合「しがらみ」という輸出の壁も有る。
- ・価格：輸送コストを吸収するためにセット販売にする。1箱の場合は、紙を巻くなど梱包を工夫。
- ・SNS投稿：食べてみないと分からないため、YouTuberなど起用し、人の感想を積極的に使う。
- ・SNS投稿：プレゼントしてSNSに書いてもらう。
- ・SNS投稿：クイズやアンケートを取り入れてコミュニケーションを形成。
- ・ギフト性：1箱に限界の量を入れる。おすそ分け文化を含めて輸出する。
- ・ギフト性：コンテンツ（例えばアニメ）やプロダクト（例えば家紋）をセットにして販売する。
- ・輸送温度：冷凍寿司の輸出失敗談で、日本と外国製の冷蔵庫は機能面が違う事に注意。冷凍・解凍のレベルは日本が優れている。
- ・賞味期限：物流が課題、帰りの船便の混載を利用する。
- ・現地の嗜好：ECサイトに出すだけでなく、モールに出すなど食べてもらえる機会を創出する。



4. 具体的実施内容

■ 仙台会場

参加者13名

- | | | |
|----------------------------------|-------------------|------------|
| ■ 株式会社貴千 | ■ 株式会社田伝むし | ■ 株式会社遊佐 |
| ■ 株式会社情翔 | ■ 宮城県国際ビジネス推進室 2名 | ■ 株式会社JTB |
| ■ 株式会社ディー・エム広告社 | ■ 株式会社桜波 | ■ 東北農政局 2名 |
| ■ モデレーター/記録者：株式会社アグリグローバルデザイン 2名 | | |

モデレーターの(株)アグリグローバルデザイン西川代表より最初に「訪日客の食体験による好循環の進化」についてスライドを使いながら解説、その後、越境ECで販売する際の工夫についてディスカッションを実施。

【ディスカッション内容】

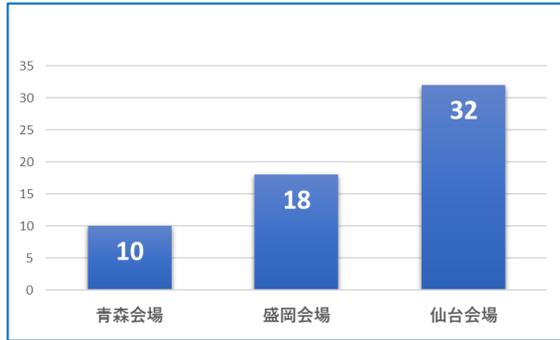
- ・ストーリー性：こだわりのポイント、工場内部、風景を動画に撮る。どこから生まれたのか、どう加工したかなど歴史と絡めて伝える。
- ・日本食文化：食べ方を見せる。パッケージに皿に盛りつけた写真を入れる。パッケージの色も埋もれないように変更する。
- ・地域の魅力：インバウンドとアウトバウンドを両輪で回す。好循環を作り地域全体でブラッシング。
- ・価格：モノ売りではなくコト売り。物流コストを下げるために1箱に限界まで入れる。別物とのセット販売も有効。
- ・健康：ブランドストーリー n 合わせて健康効果も伝える。
- ・SNS投稿：インフルエンサーを活用。
- ・ギフト性：おすそ分けという習慣を合わせて持って行く。パッケージを木箱や宝石箱のようなモノに。
- ・食べやすさ：食文化をつくるPR。地域ならではの食べ方を提案する。（例：焼き麩を氷でしめて、きな粉でわらびもち風に）料理ではなくスイーツとしての食べ方を提案。アメリカでは、豆腐はヘルシーフード。



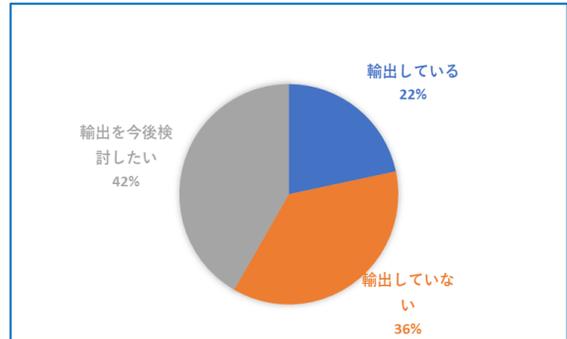
4. 具体的実施内容

セミナー・商談会・交流会 アンケート結果

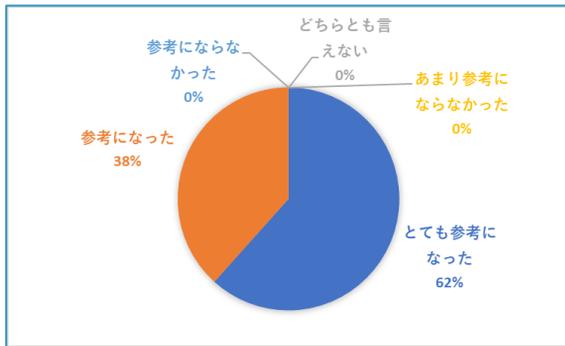
1. 各会場の回収数



2. 輸出に関する現在の状況



3. 今回の講演内容は、参考になりましたか？



4. 3の理由について（一部抜粋）

青森：新杵堂の実体験を聞いて非常に参考になった。
 青森：金融機関としてサポートするにあたり、基本的な知識を学べた。
 青森：まず何から取り掛かるべきなのか等、分かりやすく参考になった。
 盛岡：ECでの海外への模索・検討が出来ると思った。
 盛岡：輸出を始めるにあたって全体イメージがもてて良かった。
 盛岡：SNSの活用方やマインドセットの重要性を知ることが出来た。
 盛岡：全く知識の無い部分の講演だったので分り易く大変参考になった。
 盛岡：情が湧くようなソーシャルメディアを作ろうと思いました。
 盛岡：ECへの出展する際、FCPシート作成のポイントが分り易かった。
 仙台：輸出先国のニーズに合わせた販売訴求方法が参考になった。
 仙台：基本的考えから先進事例まで網羅性が有り良かった。
 仙台：輸出検討している中、何から取り組めばいいか等参考になった。
 仙台：輸出について流れが何となく分った。

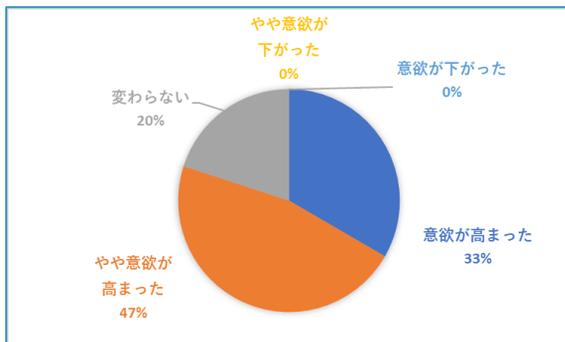
5. 今回の講演で参考・印象に残った話は？

青森：新杵堂のセミナー
 青森：新杵堂のSNS活用方法や社内改革、スピード感について
 青森：新杵堂の変化にアジャストし信用を得る事が大事と感じた
 青森：FCPシートでの間違いポイントについて
 盛岡：ジェイクラブの越境ECでお酒の販売出来る国の情報
 盛岡：ジェイクラブのパッケージは英語より日本語の方がいい情報
 盛岡：ジェイクラブの越境BtoBモデルについての情報
 仙台：アクセンチュアのどら焼きの需要創出の話は興味深かった
 仙台：空港での販売も輸出の一環と言う事
 仙台：冷凍技術を活用して賞味期限の拡張必須という話
 仙台：アクセンチュアの先進事例のアイデアが参考になった
 仙台：桜波の海外市場調査には5W2Hを調べるという事
 仙台：桜波のPDCAではなくDDDDという話は大きくなずけた

6. 今後取り上げて欲しいテーマは？

青森：関税、EAP等及び輸出申請先について
 青森：輸出初心者向けにもっと掘り下げた内容
 盛岡：相手国を知るという事で、欧州のパン文化、アジアの麺文化
 盛岡：実際に成功しているメローの方などの実例
 盛岡：SNS発信のポイント
 盛岡：国別にテーマを絞ったセミナー
 盛岡：生食品の輸出
 仙台：テーマではないが、海外の最終ユーザー招聘交流会の実施
 仙台：クラスターの作り方
 仙台：畜産輸出の課題
 仙台：各先進事例の更に詳細、プロジェクトの進め方を知りたい
 仙台：畜産品の輸出、畜場の問題、海外でのカット問題、豚熱の動き。
 仙台：FDAなどで認可が取れなかった事例

7. 輸出に対する意欲の変化は？



8. 輸出に取り組むにあたり懸念点は？

青森：金融機関としての関わり方、サポート方法について
 青森：輸入国の許認可について
 青森：実務について国ごとに何をすべきか等、調べるのに時間がかかる
 盛岡：初期費用のイメージ
 盛岡：相手をどう探すか
 仙台：最終ユーザーとの接点が少ない
 仙台：加工レベル、品質について
 仙台：横のつながりを作りたいが
 仙台：豚熱発生後、豚肉輸出の再開について、ワクチン接種に伴う対応、二国間協定で輸出可能国の状況
 仙台：自社商品が輸出に適しているのか
 仙台：賞味期限
 仙台：自社内の課題の整理

4. 具体的実施内容

参加者の状況と反応

「輸出に関する現在の状況」の問いでは、参加事業者の割合として「輸出している22%(13名)」に対して、「輸出を今後検討したい42%(25名)」、「輸出していない36%(22名)」。現在輸出をしていない事業者が78%と圧倒的に初心者中心の参加となった事が分かる。

全体を通して、輸出初心者が多い中、輸出を行うための基礎知識的なセミナーについて、興味・好印象を持った事業者が多かった。

「講演内容について参考になったか」の問いに対して、とても参考になった62%、参考になった38%と2つ合わせて100%になる事から、初心者でも全員が輸出に興味を持ってセミナーに参加し、何らかの知識を得ることが出来たことがうかがえる。

「参考になったか」「参考・印象に残ったのは」の問いでは、具体的な内容や自身の体験談、先進事例など、より具体的で分かりやすい内容が好評価を得ている。初心者だけでなく、輸出経験者についても同様の意見が多かった。

「今後取り上げて欲しいテーマ」については、輸出経験者からのリクエストが多く、より専門的で詳細な内容について知りたがっている事が分かる。今事業以降、これらを参考に様々なセミナーが開催されることに期待したい。

「輸出に対する意欲の変化」については、セミナーを受けたことで意欲が高まった輸出初心者も多く出たことが分かる。今事業によるセミナー開催が意義有るものとなった。

「懸念点」については、相手国の情報や組織構築、マッチングなど多岐に渡るが、それらのヒントを得られたり、横連携、マッチング、課題解決が出来るプラットフォーム機能の重要性が見える。まだ参画していない事業者がいれば、GFPへの参加を促して行きたい。

商談会については、青森会場にて成約が1件、仙台会場にて成約見込が1件、バイヤー側での継続交渉が全体で33件、中でも青森会場で具体的な取引金額提示が2件有り、今後の交渉にも注目して行きたい。

交流会については、各会場共に長丁場の中、最後の遅い時間に設定した為、参加しづらいスケジュール構成だった事を反省。セミナー後の設定であれば、もう少し参加者が見込まれた可能性があったと感じた。内容については、様々な意見・工夫が話し合われ、もっと多くの事業者に参加してもらえれば、アンケート内に有ったような「具体的な事例」を質問を交えながら理解できるまでディスカッション出来たと思われ、非常に残念に思った。

4. 具体的実施内容

トライアル輸出の実施

■ 実施概要

項目	内容
実施時期	2024年2月20日(火)～26日(月) (1週間)
東北フェア 販売商品 10商品	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社中勇酒造「天上夢幻 伊達なゆず梅酒」 ・株式会社Wing Apple「りんごセミドライ」 ・あぶくま食品株式会社「若桃の甘露煮」
トライアル商品 5商品	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社松栄堂「ごま擦り団子」 ・株式会社L J R「ゆずサイダー」 ・井ヶ田製茶株式会社「喜久福」
東北フェア 協力商品 5商品	<ul style="list-style-type: none"> ・鯉川酒造「こいかわ 純米吟醸 あたためますよ」 ・羽根田酒造「羽前白梅 穂の香 純米」 ・竹浪酒造「七郎兵衛 純米吟醸」 ・金の井酒造「綿屋 川口納豆 ひやおろし特別純米」
ターゲット国	シンガポール
実施内容	日本産品を取扱う現地ECサイト販売とあわせて小売店舗「KULALA 蔵楽」(1店舗)での試食会及びアンケート調査を実施
トライアル輸出の 取扱概要	<ul style="list-style-type: none"> ・取扱商社 ; Imei(Exim)Pte.Ltd. (カメイグループ) ・海上輸送 (コンテナ ; 横浜) ; 国分グループ本社 (株)

■ 現地店舗情報

KULALA 蔵楽

141 Tanglin Rd, Tudor Court Shopping Gallery シンガポール 247929

日本酒と日本の伝統工芸品を数多く取り揃えた「日本ショップ」。日本好きのお客様に愛されてリピーターも数多く通う店。日本の自治体や酒蔵のプロモーションも頻繁に開催されています。



現地協力によるプロモーション用情報(店頭POP・SNS配信)



4. 具体的実施内容

輸出の実証

■ 実施概要

船便	使用コンテナ ; 国分グループ本社 販売商品用コンテナ
使用港 (国内)	京浜港
輸出・輸入業者	・取扱商社 ; Imei(Exim)Pte.Ltd. (カメイグループ) ・海上輸送 (コンテナ ; 横浜) ; 国分グループ本社 (株)
温度帯	2温度帯 ; ドライコンテナ (常温) リファーコンテナ (冷凍) を使用
輸出商品	常温品 ; あぶくま食品株式会社「若桃の甘露煮」 30個/甲×2 = 60個 (10個/ケース : 3合 = 1 甲) 株式会社中勇酒造「天上夢幻 伊達なゆず梅酒」 12本/ケース×4ケース = 48本 株式会社Wing Apple「りんごセミドライ」 48個/ケース×1ケース = 48個 株式会社LJR「ゆずサイダー」 24本/ケース×2ケース = 48本 冷凍品 ; 株式会社松栄堂「ごま擦り団子」 42個/ケース×1ケース = 42個
輸送費 (概算)	10,000円以下/1箱 冷凍も同額

日付	作業内容	社名	住所
2024/1/9~13	各事業者から搬出		
2024/1/15	搬入 (常温品)	国分グループ	
2024/1/16	搬入 (冷凍品)	(倉庫)	
2024/1/22	京浜港出向(ドライ)	(船便)	
2024/1/23	〃 (リファー)	(船便)	
2024/2/2	シンガポール港入港		460 Alexandra Road #19-00 PSA Building Singapore 119963
2024/2/7	ドライコンテナ着荷	Imei.Pte.Ltd.	3 Kaki Bukit Rd 2,
2024/2/8	リファーコンテナ着荷		Singapore 417837

4. 具体的実施内容

輸出の実証

検証項目	検証内容
品質保持	国内からの搬出時、国分グループにて確認（異常なし）
	シンガポール搬入時、Imei.Ptd.Ltd.にて確認（ダンボールの壊れ等、異常なし） ・冷凍品；染み出し等、まったく問題無し ・常温品；壊れ、劣化など、まったく問題無し
温度管理	国分グループにて管理
	・国内搬出時、常温コンテナ（11℃）、冷凍コンテナ（-15℃） ・シンガポール港到着時、常温コンテナ（35℃）、冷凍コンテナ（-15℃）
輸送コスト	通常の基準範囲以内
	今回は、生鮮食品では無いため、商品自体も温度に影響されるリスクが低かった。
輸送コスト	海上輸送 10,000円以下/1箱 冷凍も同額で設定 国内輸送 常温1,850円 冷凍2,510円
	小口でのコスト「EMS」で比較すると、 ・常温(10kgまで) 13,350円 ・冷凍(10kgまで) 28,350円
輸送コスト	国分グループの販売商品用コンテナに混載する形で利用した為、小ロットでも輸送コストをだいぶ抑えることが出来た。
	特に冷凍については、常温と同額で設定、ゆず梅酒の酒瓶の重量が重いものについても同様に同額設定されたことが、大きい。

4. 具体的実施内容

現地店舗での実施状況

■ 現地での実施状況

シンガポールにおいて藏樂 Kurara（現地小売店）、及びECサイト Groceries by Umami11（現地オンライン掲載）を活用した東北産品フェア試食会の開催実施

当事業にて東北から発送・横浜にて海上輸送した5商品

- ・株式会社中勇酒造「天上夢幻 伊達なゆず梅酒」
- ・株式会社Wing Apple「りんごセミドライ」
- ・あぶくま食品株式会社「若桃の甘露煮」
- ・株式会社松栄堂「ごま擦り団子」
- ・株式会社L J R「ゆずサイダー」



藏樂 Kurara 及び 取扱商社Imei.Pti.Ltd の協力のもと準備いただいた5商品

- ・井ヶ田製茶株式会社「喜久福」
- ・鯉川酒造「こいかわ 純米吟醸 あたためますよ」
- ・羽根田酒造「羽前白梅 穂の香 純米」
- ・竹浪酒造「七郎兵衛 純米吟醸」
- ・金の井酒造「綿屋 川口納豆 ひやおろし特別純米」

■ SNSを利用したイベント情報の拡散

2024年1月20日にイベント概要の投稿

2024年2月11日～2月15日にかけてKuuaraの協力により商品説明の投稿。storyも併せて作成。

東北
TOHOKU TASTING
★ Sake Tasting
★ Snack Tasting
\$25 per pax
@KURARA SINGAPORE
20 - 26 Feb 2024

Abukuma Shokuhin
Candied Baby Peach
Nakayu Shuzoten
Date na Yuzu Umeshu
Crafted by Sake Brewers
R&J Promotion
Amago no Yuzu Cider



Shoeidoh
Goma Suri Dango

Wing Apple
Semi-dried Apple



- ★ Koikawa Atatamemasuyo
Junmai Ginjo
- ★ Uzen Shiraume Honoka Junmai
- ★ Shichirobe Junmai Ginjo
Yamadanishiki
- ★ Wataya Kawaguchi Natto Hiyaoroshi
Tokubetsu Junmai



4. 具体的実施内容

■ 店内POPの作成・展示実施

SNS用商品説明の画像を店内POPとして再作成し、店頭掲示（Kurara協力）。



■ 商品店頭販売価格の検証

今回ご協力いただいた現地商社IMEI (Exim)社（本社：宮城県仙台市）提供の参考コストを基本価格計算に使用し、そこからお試し価格として 20%オフにて設定し、Kurara及び試食で集まったお客様の反応を調査。

結果、それぞれの価格は妥当性があったものの、りんごセミドライに関しては、お客さまから高価すぎるという意見が相当数あったため、50%オフ程度の価格帯でないと納得感が得られないのが実態と感じた。

店頭販売価格（シンガポールドル）

商品名	基本価格	20%オフ	50%オフ
柚子梅酒	38.00	30.40	—
桃甘露煮	8.80	7.04	—
柚子サイダー	4.00	3.20	—
ごま団子	13.80	11.04	—
ドライアップル	13.80	11.04	6.90

参考：3月14日現在1シンガポールドル110.95円

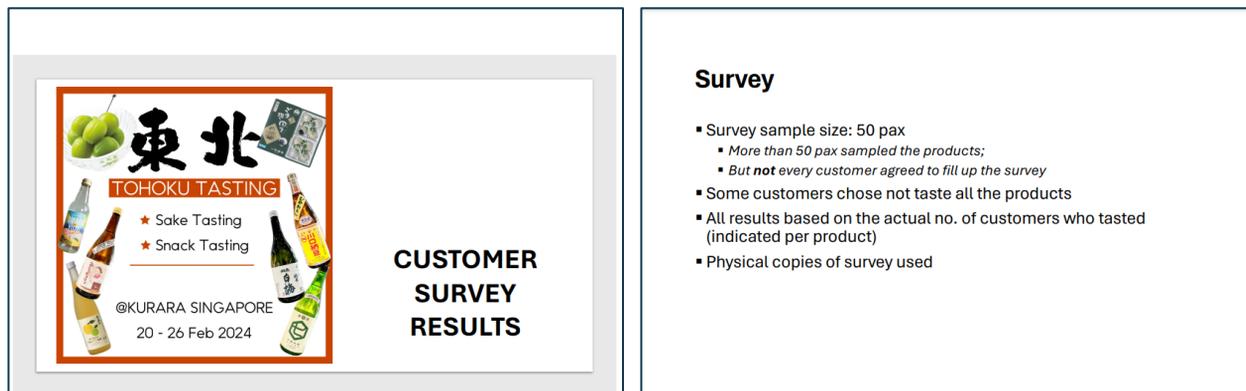
4. 具体的実施内容

■ 東北産品フェア内の地酒フェア飲料・販売会の実施

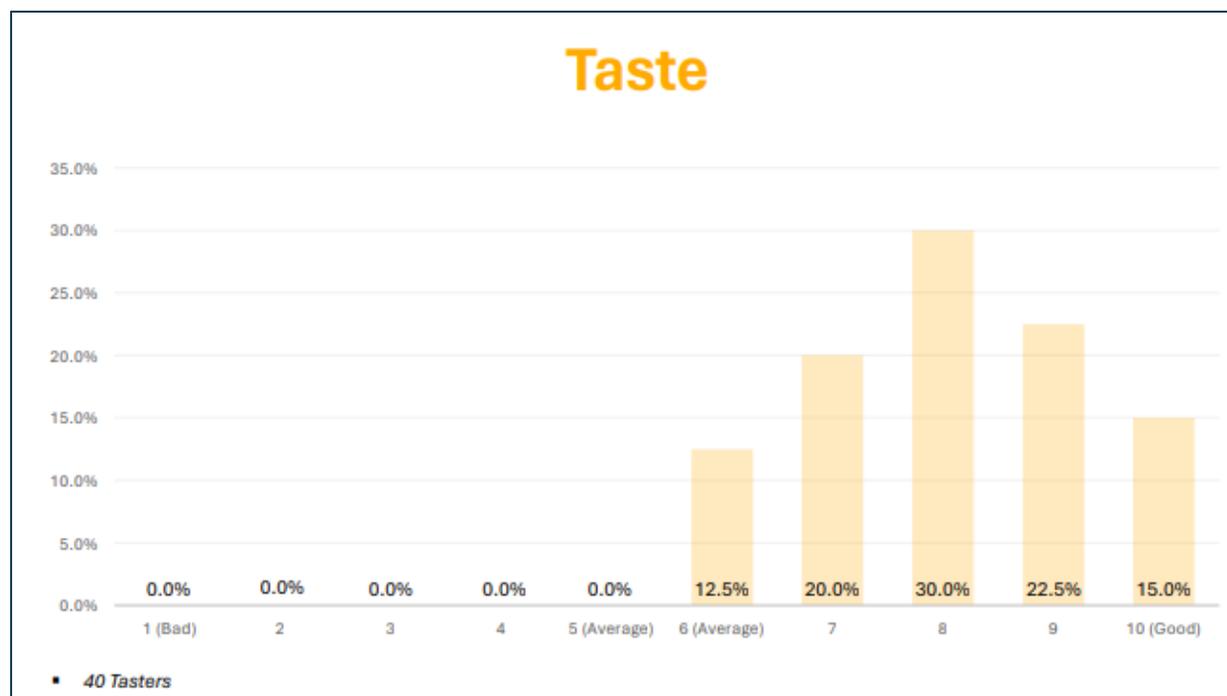
東北産商品の試食会と併せて弊社で取り扱いのある東北産日本酒 4 種の試飲・販売会を開催。試飲会は予約制としたが、試食・販売会はワークインのお客様にも積極的に声掛けを図った。

■ 消費者アンケート調査の実施

現地にて50名対象に試食に関するアンケートを調査を実施。
設問は、5商品に対して ・味 ・価格 ・他人に進めるか の3点を質問。
期間中50名以上の商品の試食をしたが、アンケートに協力いただけない方も数名いた。



1. 株式会社中勇酒造 「天上夢幻 伊達なゆず梅酒」



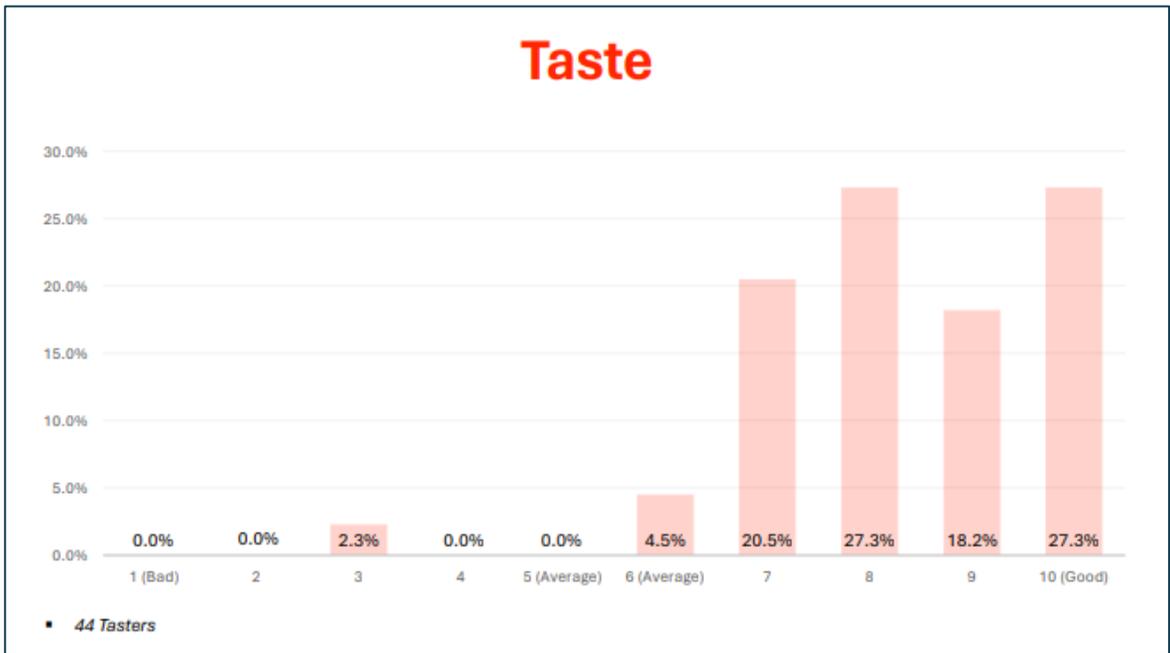
4. 具体的実施内容

1. 株式会社中勇酒造「天上夢幻 伊達なゆず梅酒」



4. 具体的実施内容

2. 株式会社Wing Apple 「りんごセミドライ」

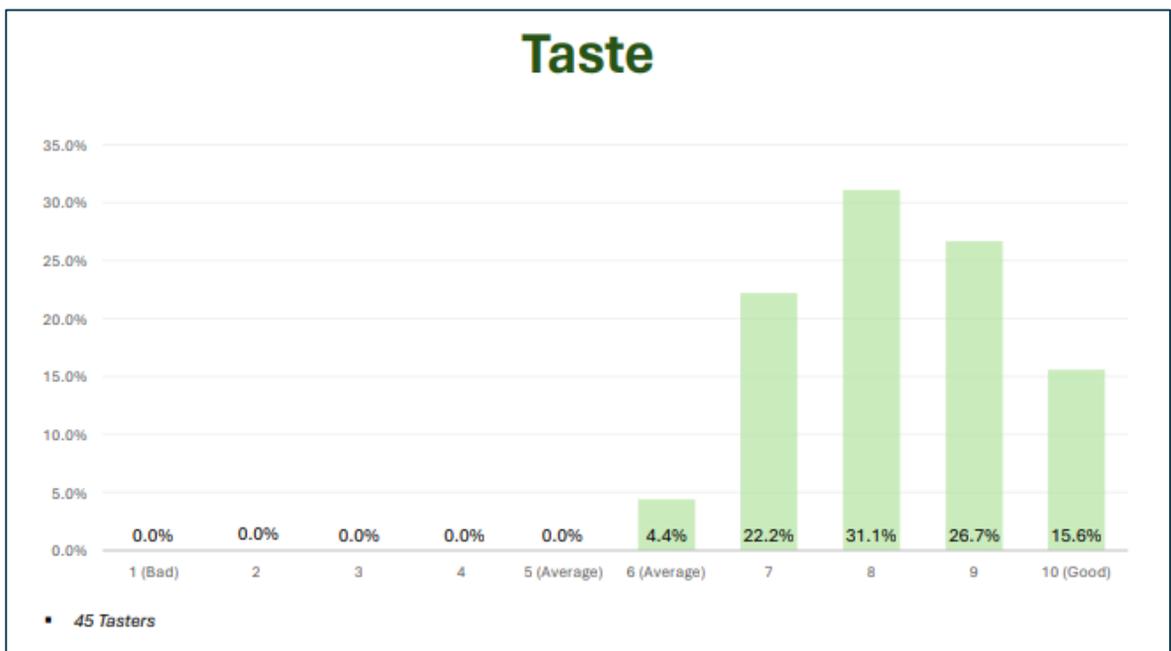


4. 具体的実施内容

2. 株式会社Wing Apple 「りんごセミドライ」

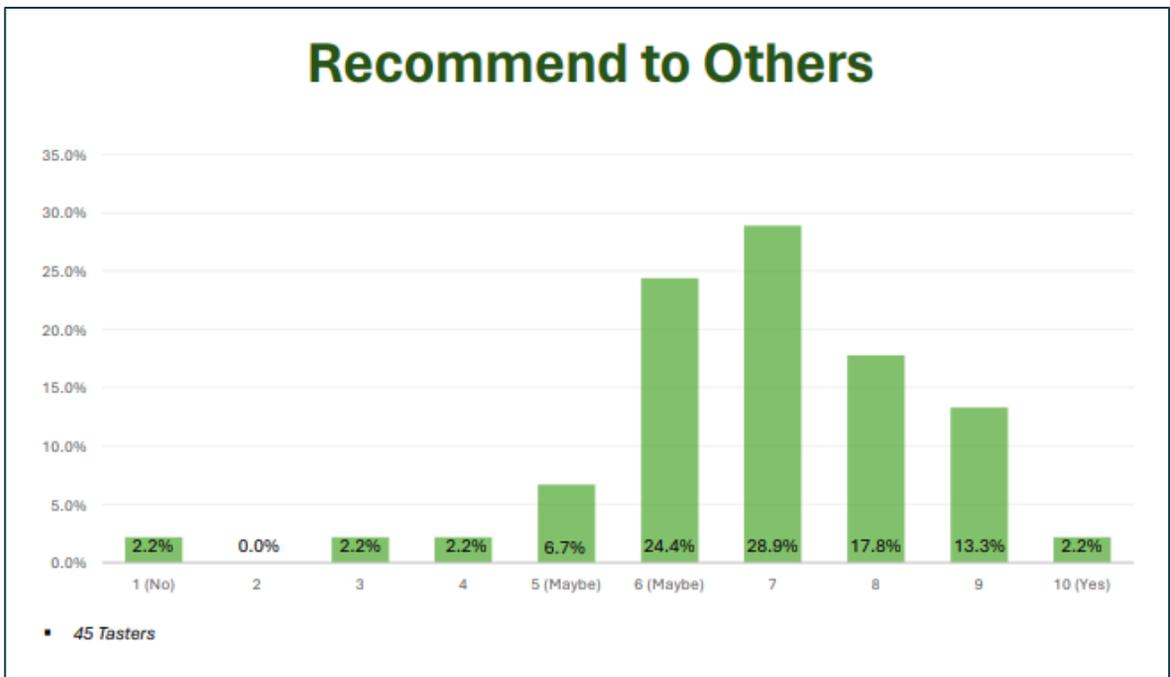


3. あぶくま食品株式会社 「若桃の甘露煮」



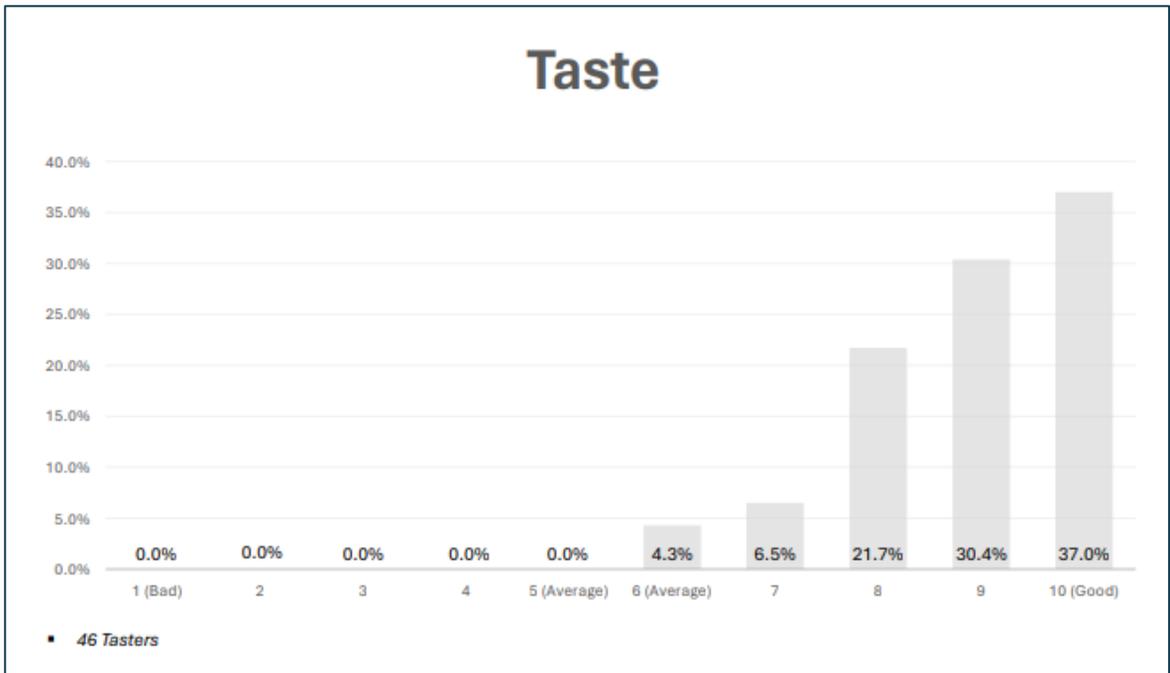
4. 具体的実施内容

3. あぶくま食品株式会社 「若桃の甘露煮」

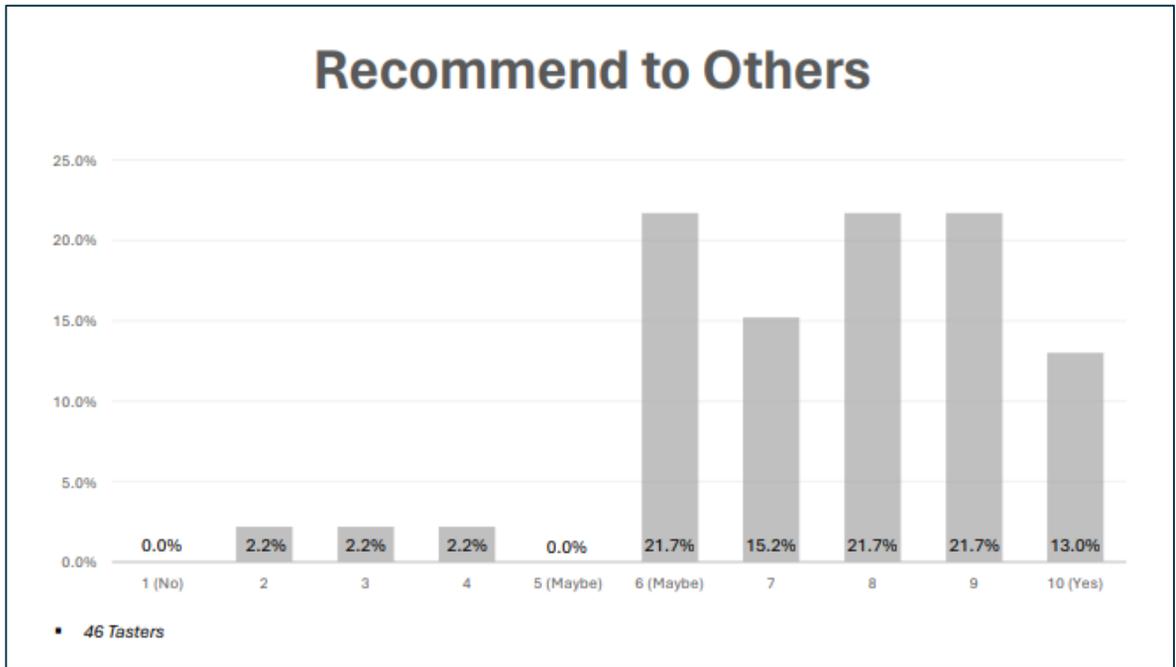


4. 具体的実施内容

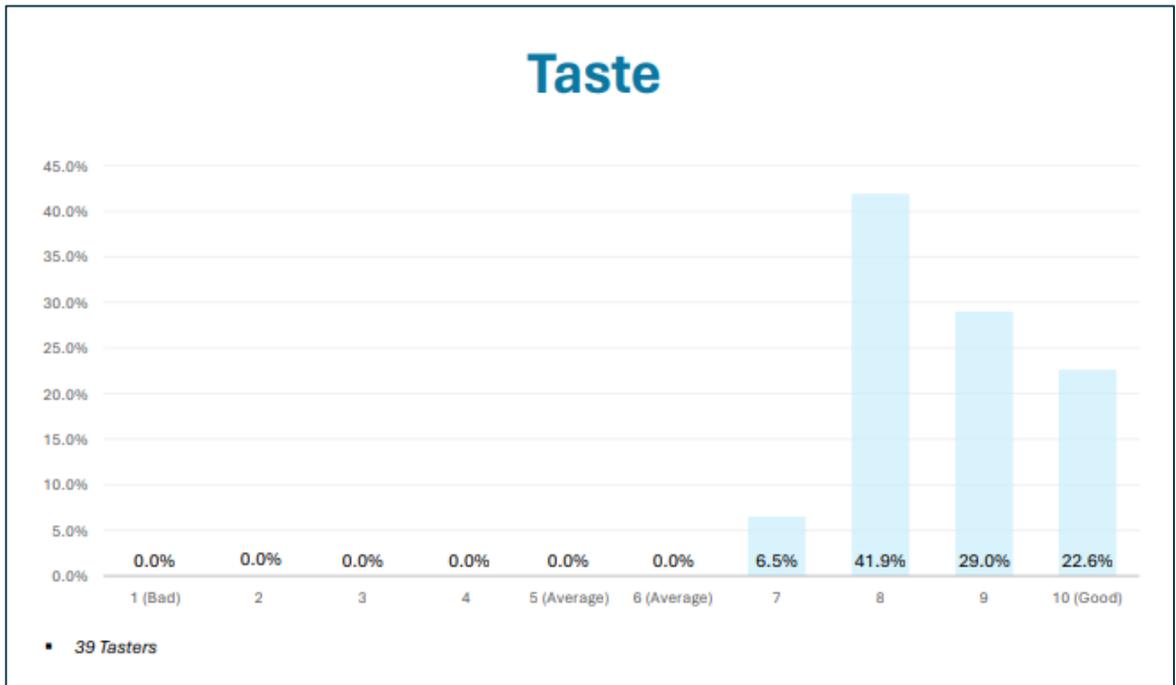
4. 株式会社松栄堂「ごま擦り団子」



4. 株式会社松栄堂 「ごま擦り団子」

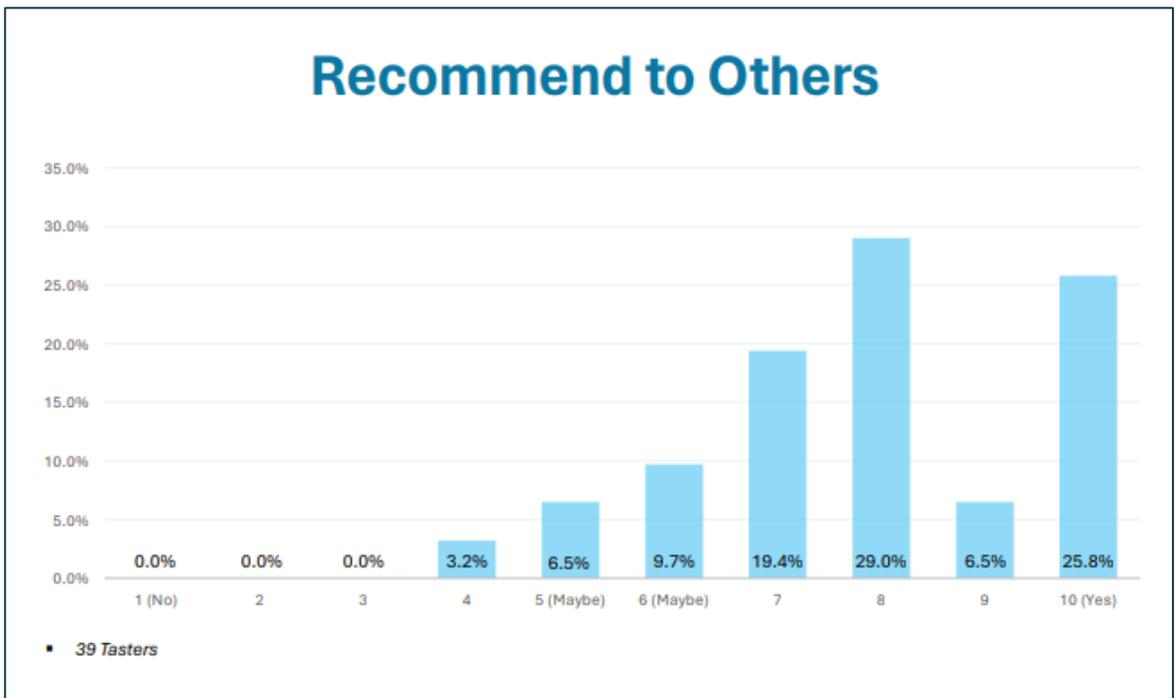


5. 株式会社L J R 「ゆずサイダー」



4. 具体的実施内容

5. 株式会社LJR「ゆずサイダー」



4. 具体的実施内容

■ 店頭試食会状況

東北産フェア期間中の試食会については、サンプリングスタッフ2名で説明も実施、状況は下記の通りになる。

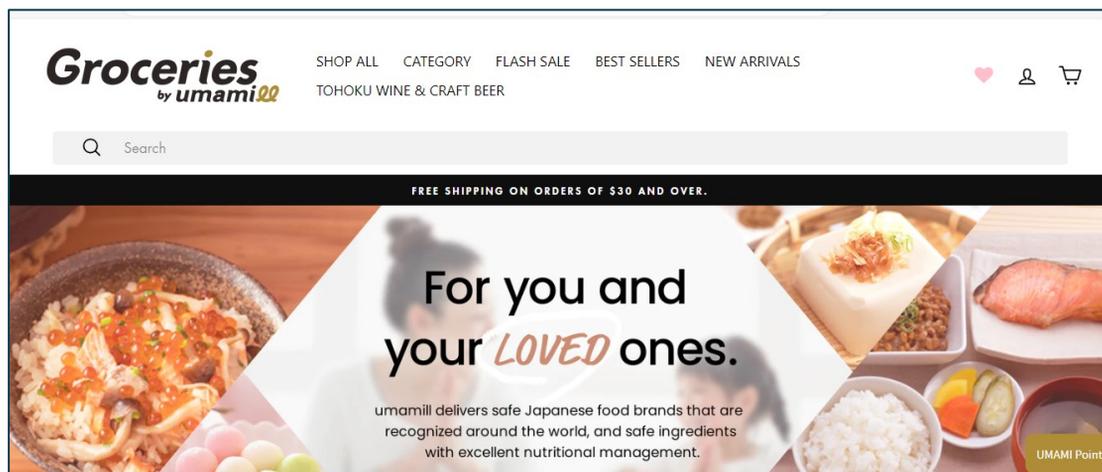


4. 具体的実施内容

■ オンライン販売の実施

ECサイト Groceries by Umami11にて現地オンライン掲載を実施。

◆ Groceries by Umami11 サイト <https://groceries-umamill-sg.com/>



■ オンライン掲載概要

2024年2月20日より下記5商品掲載を実施
販売期間；2月20日(火)～2月26日(月)

NEW ARRIVALS



[TOHOKU] AOMORI APPLE
SEMI-DRY / ウイングアップル
セミドライ 50G
GROCERIES BY UMAMILL
\$12.40



[TOHOKU] SHOEIDO
GOMA SURI DANGO 8PCS
/ 松栄堂 ごま摺り団子8個入
GROCERIES BY UMAMILL
\$11.50



[TOHOKU] SHIBATA
AMAGO NO YUZU CIDER /
柴田・雨乞のゆずサイダー
340ML EXP12/03/2024
GROCERIES BY UMAMILL
\$4.90



[TOHOKU] CANDIED
YOUNG PEACH / 若桃の甘露
煮 250G
GROCERIES BY UMAMILL
\$8.10



[TOHOKU] MUGEN YUZU
UMESHU / 天上夢幻 蔵人仕
込みの伊達なゆず梅酒 720ML
GROCERIES BY UMAMILL
\$31.90

4. 具体的実施内容

トライアル輸出のまとめ

■ 店頭試食会のまとめ

Kurara協力による事前のSNS発信や店内のPOP掲載などの効果もあり、東北産品フェアを目的に訪れる現地の方も多く見受けられた。試食によるアンケート調査についても合計54名の参加があり、アンケート回答もそれぞれ40後半で収める事が出来た。「味」では、ごま擦り団子が好評、りんごセミドライも「味」は好評だったが価格が高くお勧めにも繋がらない評価だった。柚子梅酒は高価格にもかかわらず、低価格の柚須サイダーと同様にすべての項目で評価が高く、「柚子」の人気がかがえる結果となった。

■ オンライン掲載のまとめ

商品閲覧に際し、手に取りやすい価格である柚子サイダーが最も人気があった。ラベルデザインについても、イラストで日本の春を思わせる秀逸なデザイン、英文表記があり、日本人以外でも分かりやすいという点が閲覧増に繋がった要因と思われる。

ドライアップルについては、高価格帯の商品となってしまう、敬遠される結果となった。しかしながら、青森県産りんごについての需要が無いわけではなく、いかにコストを抑え、手に取りやすい価格設定にするか、という点の改善が必要と思われる。

■ トライアル輸出総括

輸出の実証については、ドライコンテナ（常温）及びリファーコンテナ（冷凍）の両方を使用し少量ではあったが、国分グループ本社の販売商品用コンテナに同梱することで、輸送費を抑えることが出来た。春節を挟んでの輸送実施となったが、滞ることなく予定通りに進行。国分グループの販売商品用コンテナを使用した為、温度管理及び現地配送もしっかりしており確実に安心して実施する事が出来た。それぞれの商品ロットが少量でも、現地のフェア等のリクエストによる地域・種類でまとめたものを混載で送る流れを作る事によって、輸出を始めたいと思っている事業者についても、参加しやすい仕組作りを東北として整えて行く事は、今後の輸出のすそ野を拡大させていく上で有効だと思われる。

また、現地では実店舗での試食会を実施し、シンガポールの方々への東北産品の普及、認知度向上を図った。併せて、参加者の生の声をアンケートの形で収集した。

現地の最大イベントである春節後の東北フェア開催であったが、春節後の消費が一時的に低迷する時期にもかかわらず、一定数の需要を喚起することが出来た。また短期間での実施にもかかわらず、店頭・オンライン共に多くの方へ認知度向上を実施することが出来た。

このことは、今後の東北産品のポテンシャルを図る上で重要なことと考えられる。来期に向けては、東北にゆかりのあるシンガポールの飲食店、小売店を複数店舗でネットワーク化することで、次回以降、EC・小売店にプラスして飲食店での東北メニュー提供など、様々な形でのプロモーションの可能性が模索出来るのではないかと考えられる。

4. 具体的実施内容

優良事例集の作成

■ 実施概要

2017年過去事例集から、コロナ禍通して優良な事例を持つ会社のリバイスに加え、新たな優良企業も加えた32社の候補から情報収集を実施。優良に当てはまらないと辞退される事業者もあつたが、最終的に18社のヒアリングから優良事例をまとめた。デザインについては、GFP本体事例集のカラーを参考に構成。

掲載数 18社
 サイズ A4サイズ/1社
 カラー データ版

掲載数：18社

- 青森：JAアオン
- 青森：青森県輸出促進協議会
- 青森：一般社団法人青森りんご輸出協会
- 秋田：詩の国秋田株式会社
- 秋田：有限会社佐藤養助商店
- 秋田：大湯村農産物・加工品輸出促進協議会
- 岩手：岩手県産株式会社
- 岩手：いわて農林水産物国際流通促進協議会
- 岩手：株式会社南部美人

- 岩手：株式会社桜顔酒造
- 岩手：上閉伊酒造株式会社
- 岩手：株式会社八木澤商店
- 宮城：センコン物流株式会社
- 宮城：ヤマナカ株式会社
- 宮城：JA全農みやぎ・株式会社やまもとファーム
- 山形：出羽桜酒造株式会社
- 山形：株式会社ジェイエイトんどうフーズ
- 福島：福島県・JA全農福島・JAふくしま未来

秋田南 滝沢市 展示会・商談会の活用で商機をつかむ

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和蘭うどんを製造する。輸出事業は、専社を通じて関係輸出からスタート。創設時、業務局向けに限定で販売するほか、調理法・味・サービスを含めた「佐藤養助の伝統の味」をそのまますべて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	輸出実績
香港、韓国、アメリカ、オーストラリア等	令和3年度 18,134
輸出品目	令和4年度 12,846
-和蘭うどん	令和5年度 17,240

輸出の課題
 輸出拡大のため販路の取引先を確保したいが、販路およびPRが難しい。
 -販路開拓や輸送費等、輸出に定まるまでのコストが比較的高い。
 -

課題への対応
 販路を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・商談会出席のために国の補助金を活用した。

対応の結果
 展示会・商談会には参加したことで、バイヤー等に商品を紹介する機会が増加した。
 -販路を積極的に開拓したバイヤーをはじめ、土産物店でも販路が広がる。販路開拓をすることが可能になった。

今後の課題・展望
 販路・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、販路の確保を見据えた販路を拡大していく。

岩手南 二戸市 現地取引先との緊密な連携で輸出拡大をねらう

株式会社南部美人

事業概要
 明治35年に創業し、以降120年以上にわたり日本酒を製造。現在は日本酒のほか、特許取得の糖類無添加サイキョー、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、全国でもっと早く1990年代後半から開始。「南部美人」の英語ネーミング「サザンビュティ」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入れたいため、「Kosher」「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	輸出実績
アメリカ、中国、韓国、シンガポール、香港等	令和3年度 187,002
輸出品目	令和4年度 203,485
-日本酒	令和5年度 220,097
-糖類無添加サイキョー	
-クラフトウォッカ、クラフトウォッカ	

輸出の課題
 日本酒を日本酒が認知度は、ウイスキーに比べまだ低く、日本酒まで進んでいない。
 -販路の高価格競争の影響を受けやすく、急に注文がなくなるリスクがある。
 -販路によって多額の関税が発生しており、国内では定価でも海外では高額になる銘柄は消費者が手取りにくくなる。

課題への対応
 販路のロイヤリティや送料等での価格競争に耐えるためのコスト削減策を講じた。
 -販路開拓後と連携して情報収集し、ともに対策を講じた。
 -レストラン等で提供するための取り扱いメニュー・販路開拓等のサポート・販路開拓を支援した。

対応の結果
 サイキョーの販路を確保して、高価格・高品質なサイキョー等の販路開拓が加速した。
 -販路の拡大に合わせて販路が同時にできるようになり、輸出の動きが加速した。
 -サイキョー等が消費者の目に留まりブランドの認知度が向上した。

今後の課題・展望
 サイキョーが成長し自由な採果ができるようになったため、社内の専業、海外への販路開拓やプロモーション等、さまざまな取り組みを実施し、効率的に売上増進を図っていく。

輸出の担い手のすそ野を広げる

セミナー・商談会・交流会の項でも触れたが、掘り起こしで参加を促した事業者は、輸出初心者が多い構成となった。これは、我々が事業方針で決めた観光事業者にフォーカスし新たな輸出に取り組む事業者を掘り起こし、すそ野拡大を進める事を実践したことに他ならない。地域DMO、旅館施設、観光施設、物産施設、地域活性化に係る事業者に参加を促し、今後輸出の必要性を感じていたり、話を聞いて興味を持った事業者を誘導出来た事は、ひとつの成果と考える。

特に弊社との関係で物産を扱う協定事業者の協議会が有り、その総会の中で東北GFPの取組とインバウンド誘客と輸出の関係性について説明を行ったところ、多くの事業者に興味を持っていただき、今回のセミナーにも参加いただく事が出来た。観光業に携わる事業者は、日々の業務からは、「輸出」は関係のない話だと思われがちだが、「インバウンド誘客」というキーワードを置くと途端に身近な話題となり関心が高まる。むしろ自分達に関わることは自然なのだという意識が芽生える事が今後重要と考えている。「観光事業者」と「輸出」、この関係性は、あらためて今後の輸出拡大及び観光需要の拡大にとって重要なキーワードとなるかもしれない。

今年度は今後継続されていく東北GFP事務局の土台作りと捉え事業を進めて来た。事業者からは、東北の事務局として東京本部との活動の違いは何か？同様の活動では意味が無いのではという指摘もいただいた通り、東京本部との機能のすみ分けが必要だと感じた。残念ながら今年度のセミナーの開催内容については、本部との違いを明確に打ち出す事が出来なかったことは反省点。今年アンケートでいただいた事業者のニーズを再度分析して、よりきめ細かな東北らしい活動を考えていければいいと思っている。

また、事業者への訪問時、セミナーでの事業者からの意見・質問で「クラスター形成」の必要性を多く聞く機会があった。単体では難しい取り組みを複数で考え実施する「共創」感はとても重要ではないかと実感した。海外バイヤーとのマッチングも大事だが、その前段階でのクラスターマッチングの場を提供する取組も東北GFP事務局として取り組んで行けると有意義ではないかと考える。

観光業界でも自治体の枠を越えた広域的なDMOの取組が近年定番化とされている。様々な枠を越えた繋がり、取組は、効率化を促し、新たな発想を生む機会と成りうる。更には「観光」と「輸出」の枠を越えて融合する事で、相乗効果も期待できる。例えば「観光」「輸出」どちらもそれぞれ海外での展示会に参加しセールスプロモーションを実施しているわけだが、ストーリー性を大事にする両者は、一緒に展開した方が効率的・効果的だと少し考えただけでも想像出来る。今後相互の交流が生まれる事に期待すると共に、自社業務内でも連携を促して行きたい。

最後に、今回様々な事業者の話をして聞く機会に恵まれ、自分にとっても気づきの多い事業取組みとなった。水産加工事業者では、近年の海水温上昇による生態系の変化や雪不足によって引き起こされる山から海へ流れる川の水量不足による養分の枯渇問題。農産加工事業者での米余り問題と米粉活用商品の開発、環境を考えた取り組み方針「エシカル消費」について。社会課題・地域課題の解決、地球環境への配慮など日頃我々が地域交流事業として取り組んでいるテーマについて、違った観点での取組・アイデアを聞く事が出来て、とても参考となった。取り組まれている事業者は、我々が目指す課題解決の事業パートナーとしても大いに期待が持てる。「観光」×「輸入」、「地域交流事業」×「生産者・事業者」など、違った観点で接点を持つ事で今後も様々な事業に取り組んで行きたい。

