



令和4年度

輸出に取り組む 優良事業者表彰

事例集



公益財団法人 食品等流通合理化促進機構
令和4年12月14日

令和4年度（第7回）輸出に取り組む優良事業者表彰

趣旨

海外における日本食・食文化の一層の理解深化と日本産農林水産物・食品の輸出促進及び事業者の輸出意欲の喚起に向けて、日本産農林水産物・食品の輸出に関わる業務に携わる団体または個人を広く発掘し、その取組内容を表彰するとともに、取組内容を広く周知することにより、食品産業全体での日本産農林水産物・食品の輸出を促進することを目的としています。

主催等

主催：公益財団法人食品等流通合理化促進機構
後援：全国商工会連合会
全国中小企業団体中央会
株式会社日本政策金融公庫
公益社団法人日本農業法人協会
独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）

賞の種類

農林水産大臣賞…2点
農林水産省 輸出・国際局長賞…4点
（公財）食品等流通合理化促進機構会長賞（輸出 CHALLENGE 賞）…4点

表彰対象

表彰対象事業者は、我が国の農林水産物・食品の輸出に係わる業務に携わる団体（企業、法人、任意団体等）又は個人とします。

選賞基準

学識経験者・有識者からなる「輸出に取り組む優良事業者表彰審査委員会」を設置し、「輸出に取り組む優良事業者表彰選賞基準」により審査委員が選考を行いました。

審査経過

第1回審査委員会	令和4年4月26日（火）：優良事例募集要項・スケジュール等の検討・確定
参加者募集	令和4年6月1日（水）～7月31日（日）：応募者 47社（団体）
第2回審査委員会	令和4年9月9日（金）：受賞候補を選定し、候補者に対し現地訪問調査を実施
第3回審査委員会	令和4年10月20日（木）：現地訪問調査結果等を参考に審査し、候補者を最終確定
表彰式典	令和4年12月14日（水）16:00～17:20:ザ・キャピトルホテル東急

目次

農林水産大臣賞

- アグベル株式会社（山梨県山梨市）…………… 01
若手が起点、民間選果場からの輸出で成功
- 丸善製茶株式会社（静岡県静岡市）…………… 03
茶の集積地モロッコを活用し、日本茶を世界に！

農林水産省 輸出・国際局長賞

- 梅乃宿酒造株式会社（奈良県葛城市）…………… 05
一国一代理店戦略による梅乃宿ブランド構築
- 株式会社千里（東京都荒川区）…………… 07
海外顧客へのきめ細かい情報提供・誠実対応
- 津田宇水産株式会社（兵庫県たつの市）…………… 09
漁師が世界に！美味しい牡蠣を届ける仕組み構築
- 北海道はまなす食品株式会社（北海道北広島市）…………… 11
製造業者が世界と交渉し、直接輸出！

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構会長賞（輸出CHALLENGE賞）

- 農業生産法人合同会社赤石の泉（赤石五葉松輸出振興組合）（愛媛県四国中央市）…………… 13
日本の“本物”の伝統文化を欧州ファンに普及
- 株式会社おさだ製茶（静岡県周智郡森町）…………… 15
SNSをフル活用した有機上級茶のB2Cビジネス
- 日中物産合同会社（神奈川県横浜市）…………… 17
世界標準を超える日本各地の牡蠣でアジアを魅了
- 株式会社ハノ商店（福岡県糟屋郡粕屋町）…………… 19
海外の需要に合わせた原木・製材品の輸出

過去の受賞者

- 輸出に取り組む優良事業者表彰（第1回～第6回）…………… 21

農林水産大臣賞

アグベル株式会社 (山梨県山梨市)

シャインマスカット
ピオーネ
桃

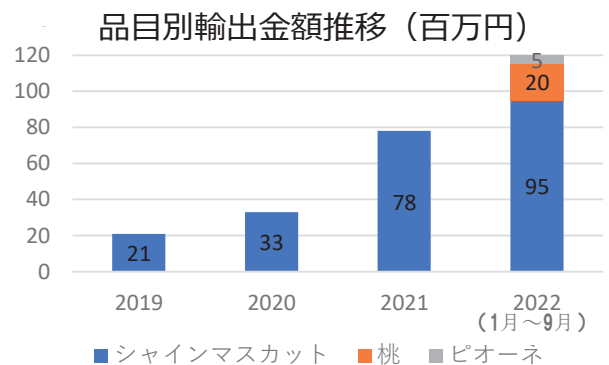
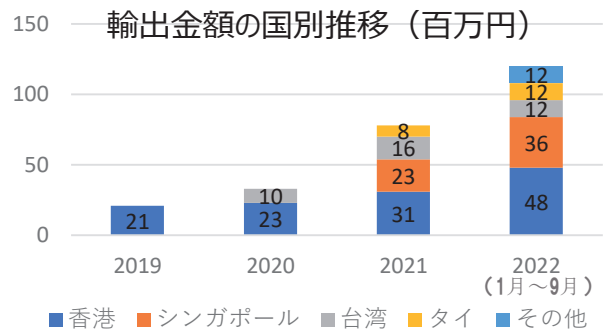
・香港
・シンガポール
・タイ
・台湾 他

若手が起点、民間選果場からの輸出で成功

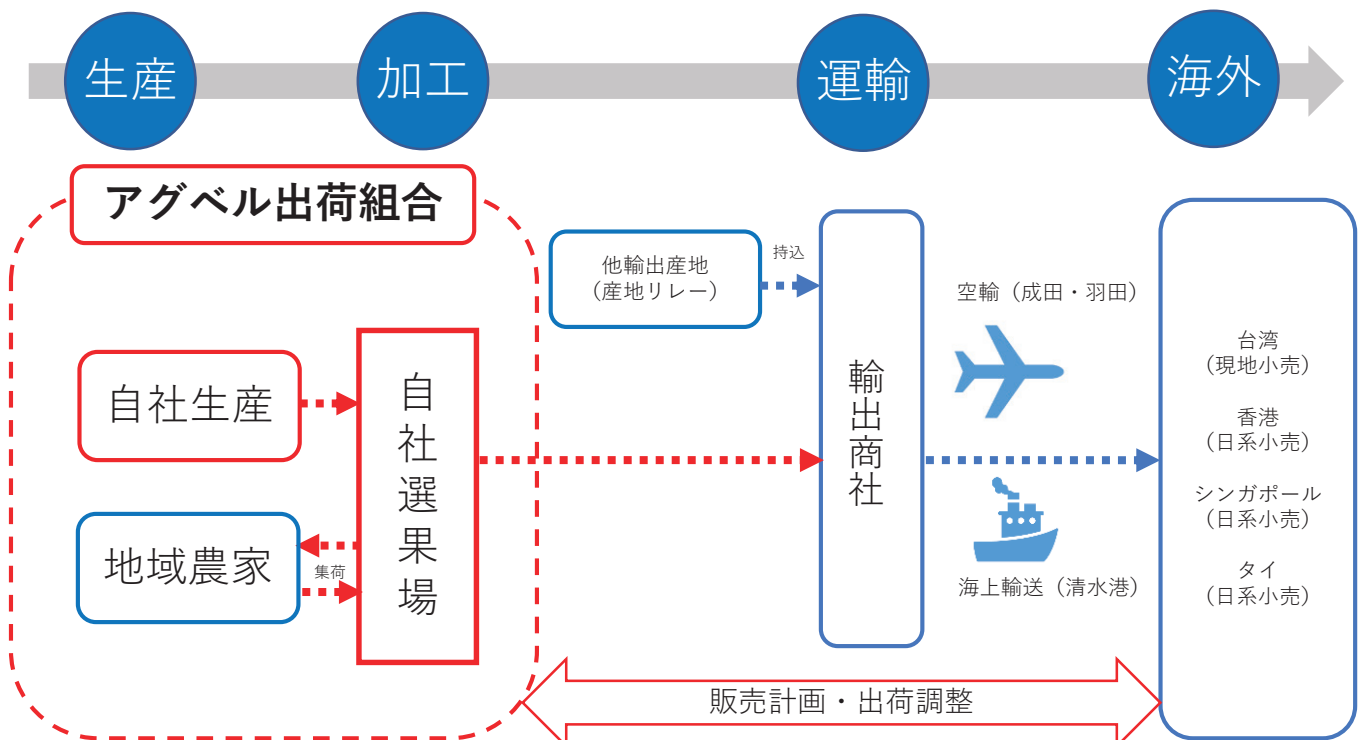
取り組み内容

- 2017年に家業のぶどう農家を承継、輸出は2019年から開始。日本の果樹生産にイノベーションを起こすため2020年に法人を設立した。2017年から4年で生産規模を10倍に拡大している。社員平均年齢27歳。半数以上が県外出身者。
- 自社選果場を運営。近隣農家から直接集荷し、全量買い取り。各農家は選果、梱包の手間が省け生産に集中できる。
- 市場を通さないことで中間コストを削減し、輸出先へのリードタイムを短縮している。
- 将来に向けて輸出産地の中核となる若手人材を育成し、独立を支援している。
- 本年シャインマスカットを新たにカナダへ輸出した。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 海外では日本のフルーツの人気が高いが、個別の農家ではロットがまとまらないためビジネスにならない。そこで近隣の農家を取りまとめ輸出を開始した。
- 輸出に当たっては、アグベル出荷組合を形成し、生産者の作業負担を軽減し、最短のリードタイムで配送できる仕組みにより、生産者、小売店、消費者の三方のWin-Win-Win関係を構築した。川上から農業界を変革させる取り組みを実施している。
- 輸出国のニーズや規制を把握し、シャインマスカットの付加価値を向上させた。

課題と解決のポイント

👍 地域農業に貢献

アグベルの自家農場のみでは、輸出量拡大が難しい。また、近隣の農家では高齢化が進む中で、出荷作業や、独自の流通ルート開拓が困難。

山梨県峡東地域の農家約80軒を巻き込んで共同で出荷する体制を構築した。アグベルの車両で近隣の農家から直接集荷を行い、自社の選果場に運び梱包までを行い、スピード輸出をする体制を整備した。

👍 営農者の育成

農業は投資から回収まで長期に渡るため高年齢層での起業が困難であり、若年層を中心とした雇用、担い手の確保が課題となっている。

業界の若返りを図るために地域の担い手育成を加速し、新規就農者の早期技術習得や独立に向けた支援を実施。3年間の育成プログラムに沿って若手を育てており、最初の1名が2023年に独立する予定。

👍 需要に応える

フルーツの輸出にはストーリーが必要。市場からの出荷では高品質の山梨県産シャインマスカットのブランド化による販路拡大は不可能である。

シャインマスカットの日本産単一品目としての認知度・販売力強化のため、自社選果場で、独自のシールやラベルを作成。海外富裕層や中間層に向けてプロモーションツールを作成し、浸透を図った。



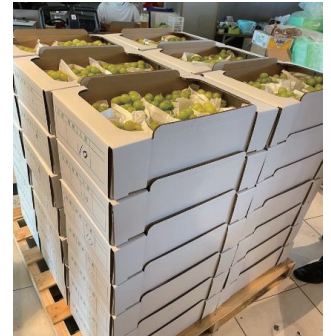
▲シャインマスカット



▲生産者 農園



▲選果場



▲輸出梱包

今後の展望

- シャインマスカットの出荷は貯蔵用の商品まで含めて1月まで販売できるが、年間売上の70%は8月～10月であり、季節変動を平準化していく必要がある。そのため本年から桃の出荷を開始。さらに生食用だけでなく、スイーツ市場向けも開拓している。
- 山梨県のみならず長野県の農家約10軒と提携し産地リレーによる持続的で安定した輸出体制をとっている。さらに茨城県桜川市の農場でもシャインマスカットの大規模生産を開始予定。日本産のシャインマスカットの普及に寄与していく見込みである。また近隣の作付け面積も耕作放棄地の活用等を通じ10倍以上に拡大していく計画である。
- 今後ワインの製造、輸出も計画中で、醸造家を採用し、原料の生産も開始している。

農林水産大臣賞

丸善製茶株式会社 (静岡県静岡市)

抹茶
(碾茶)
煎茶
(荒茶)

・タイ
・モロッコ
・台湾 他

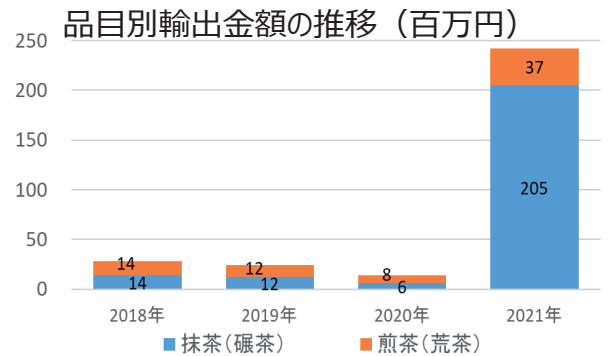
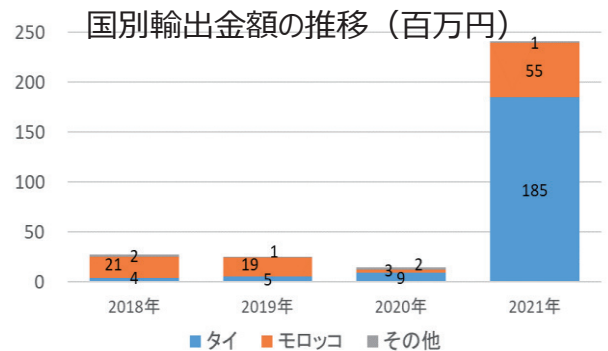


茶の集積地モロッコを活用し、日本茶を世界に！

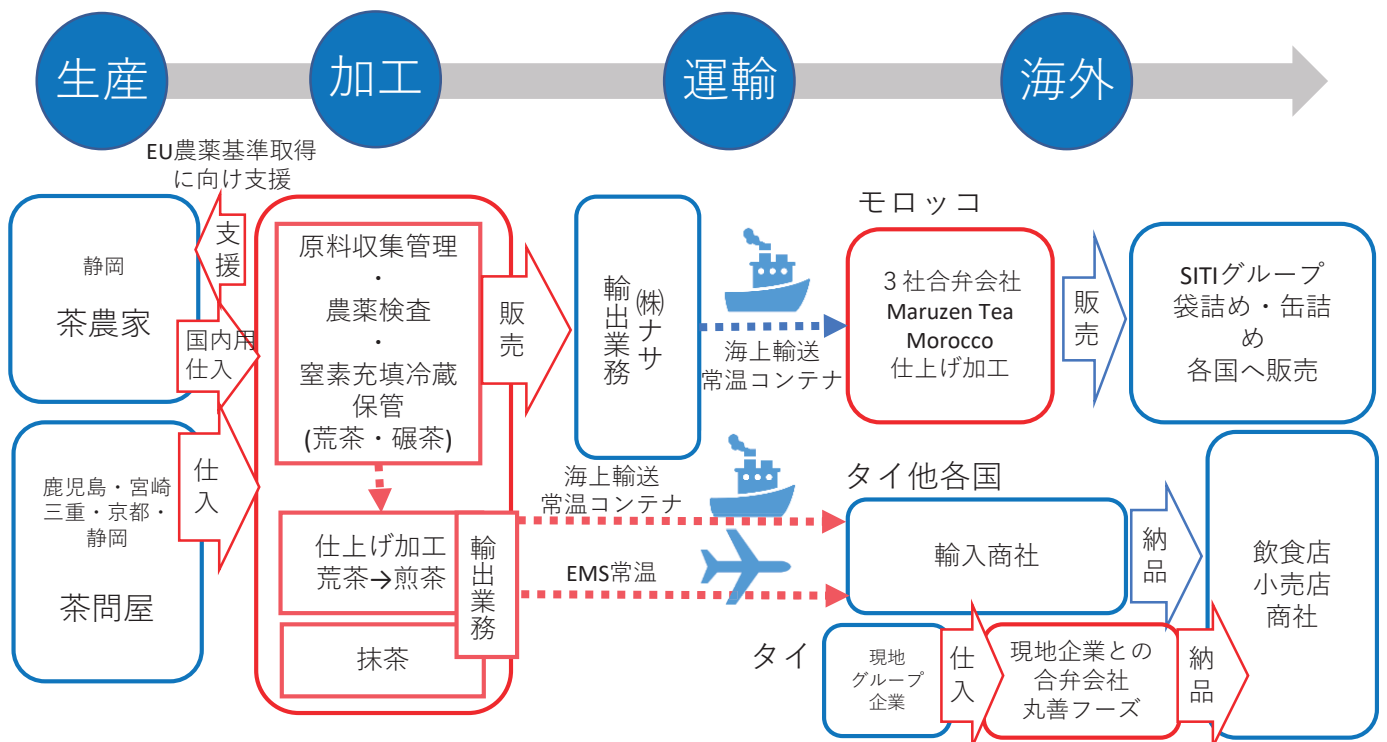
取り組み内容

- 丸善製茶・国内包装機械商社ナサ・モロッコの茶加工大手との3社合併企業「Maruzen Tea Morocco」を2018年に設立。2019年にモロッコでの営業許可を受け、日本から荒茶・碾茶を届け、最終加工・袋詰め・缶詰を現地で行い、世界へお茶を届け始める。
- 2000年に有機JAS認証、2019年にエコサート認証、2022年にISO22000を取得し、安心・安全なお茶を海外に届ける体制を整えた。
- 海外輸出のお茶を扱うためには、EU残留農薬基準を満たす必要があり、基準を満たした茶葉を農家より安定的に購入できる体制づくりを行うべく、静岡県内の希望する農家へGFPからの指導を実施。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 2011年の東日本大震災からの風評被害・自粛ムードにより売上低迷。海外に販路を広げるべくJETROの輸出商談会参加。他社同様の取組みは価格競争となると考える中、タイの商談会を機に知り合ったタイ商社と一緒にタイ国内の情報収集を開始。2014年にタイのビール大手企業と繋がり、関連会社と合併会社設立。タイ国内の茶葉をタイ国内へ販売開始。
- 取引先である国内包装機械商社(株)ナサよりモロッコの茶加工大手SITIの紹介を受ける。モロッコは歴史的に茶葉集積地であり、世界中から茶葉を求める企業が集まる。日本茶を広める機会になると考え、出資を決断。合併会社Maruzen Tea Morocco設立。

課題と解決のポイント

👍 日本茶を世界に！

日本茶は世界に流通するお茶の1.3%。伸びしろを感じるも、まずは認知度向上が必要。世界中のバイヤーが日本茶を知り、味わえる機会をつくりたい。

モロッコは歴史的にお茶の集積地。欧州の入口であり、世界のバイヤーが集まる。世界にお茶を展開する企業と世界へ包材機械を販売する企業3社で合併会社設立。日本茶が世界に認知されやすい場を設けた。

👍 お客様に寄り添う

海外では地域によって嗜好が異なる。お客様の好みの選定・加工に寄り添いたいと考えるも、日本茶のためだけにバイヤーが日本を訪問するのはハードルが高い。

仕上げ加工をモロッコ工場で行うこととした。消費地に近いモロッコに加工工場を設けることにより、お客様が工場では好みのお茶を選び、火入れ具合を調整、好みに寄り添った日本茶を仕上げ、届けることを可能とした。

👍 EU有機に対応

有機JAS認証を保有する当社から荒茶・碾茶をモロッコへ発送するも、モロッコ合併企業経由で欧州に商品を輸出する場合、有機JAS認証と同等にならない。

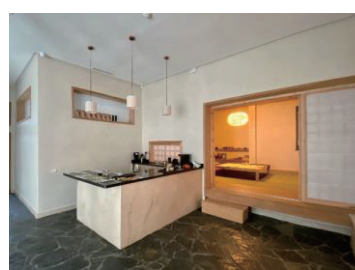
茶の輸入規制が厳しい欧米への輸出を可能とすべく、丸善製茶(株)、(株)ナサ、Maruzen Tea Morocco共にエコサート認証を取得。エコサート認証専用ラインを設け、EU有機として発送可能な体制を整えた。



▲種類ごとに包装されたお茶



▲Maruzen Tea Moroccoに導入した火入れ加工設備



▲Maruzen Tea Moroccoレセプションスペース



▲Maruzen Tea Moroccoに備えた和室

今後の展望

- 中国茶や紅茶と比較し日本茶は高価であり、日本茶の価値を理解してもらうため、日本の文化を伝える場として、Maruzen Tea Moroccoに備えた和室を活用していく。
- 日本茶輸出のプラットフォームとなるべく、業界全体に利用を呼びかける。農家や茶問屋にとって、お茶の輸出には農薬、資材、ロット、言語等、多くの障壁があるが、モロッコを利用することで解決していきたい。
- 合併会社出資企業の持つ世界中の取引先へ日本茶を紹介する。その際、日本国内産地別特徴も訴求し、日本各地の茶業者が関われる体制を整える。

輸出・国際局長賞

梅乃宿酒造株式会社 (奈良県葛城市)

リキュール
日本酒
ジン

・中国
・台湾
・アメリカ 他

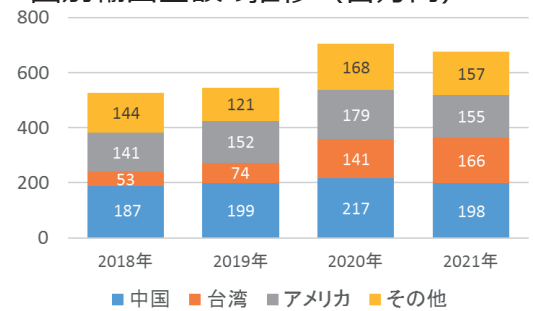
一国一代理店戦略による梅乃宿ブランド構築

取り組み内容

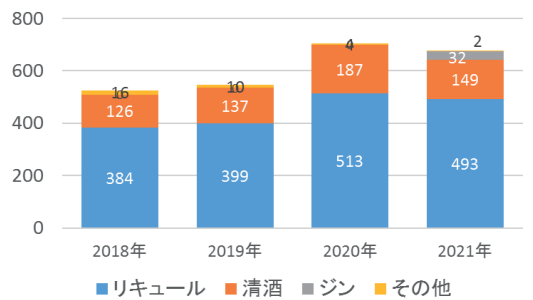
- 奈良県の梅農家等から、国内産の農産物にこだわった仕入れを行い、リキュールを製造。果物のお酒は海外ではなじみ易く、認知が高い。農家においては、活用していない山が活用できた、設備投資ができています等、声が聴かれる。
- 輸出先国の状況から見極め、展開先決定。具体的な取扱い店舗と販売数を目標に掲げ、目標達成が可能な代理店を選定し、輸出先国へ展開。価格競争とならないよう、一国一代理店制とし、ブランド価値を守る。
- 2018年より日本国内各空港免税店へ展開。試飲宣伝を積極的に実施、海外の旅行者の印象に残し、宣伝効果を高めた。

輸出実績の推移

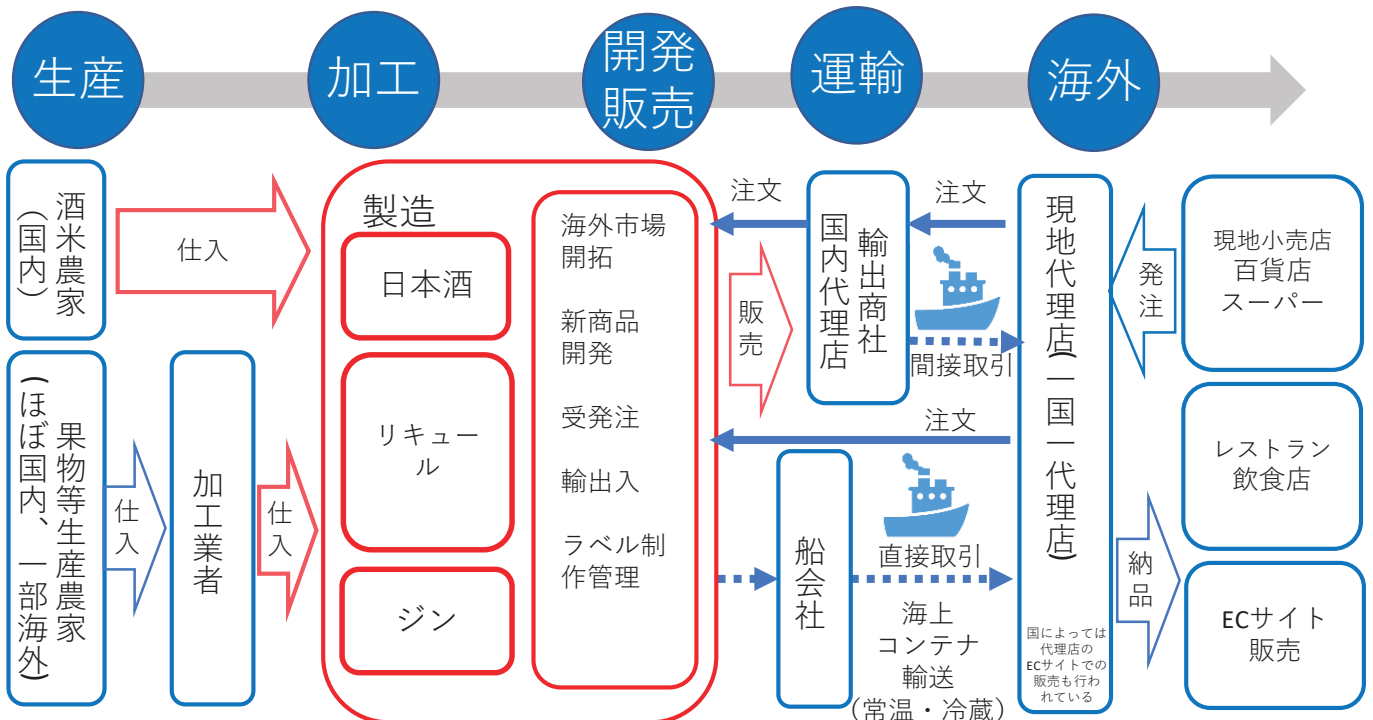
国別輸出金額の推移 (百万円)



品目別輸出金額の推移 (百万円)



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 国内の日本酒需要が低迷し、売上減少に苦しむ中、2002年に海外への輸出に取り組む大手酒類卸売業者からの声かけにより、アメリカ輸出へチャレンジ。
- 海外は既に日本酒が多く並び、数多くある商品群の中のひとつに過ぎず、かつ、卸売業者主導の輸出は棚確保の一商品であり、売上拡大には至らなかった。伸び悩む中、アメリカでインポーターとして活動する日本人と知り合い、現地代理店と繋がり直接販売を開始した。
- 海外展示会出展においては、他業種と協力し展示会費用負担を軽減。他社と関わることにより、輸出先国決定の参考となる情報を得た。

課題と解決のポイント

👍 一国一代理店戦略 👍 不正流通を許さない 👍 現地の嗜好に寄添う

特にアジア圏において、海外の酒類は安価であり、価格競争に陥ると利益を出せない。価格競争に巻き込まれず、利益を出すための売り方を確立する必要がある。

アジア圏において、正規の卸ルートでない商品が輸出され海外で販売されていた。当社商品でないものに当社商品を模倣したラベルが貼られ販売されることもあった。

原則、国内産果物を用いた国内と同じ商品を展開するも、桃リキュール等、日本の味は「甘すぎる」等、嗜好の違いがある。また、現地の果物のリキュールの要望がある。

国によっては一国一代理店とすることで、価格競争とならない仕組みをとった。代理店選定において、希望する取扱い店舗や販売方法のヒヤリングから販売数を決め、目標を設定し、達成見込みの高い代理店を選定。その結果、ブランド力向上と利益を確保した。

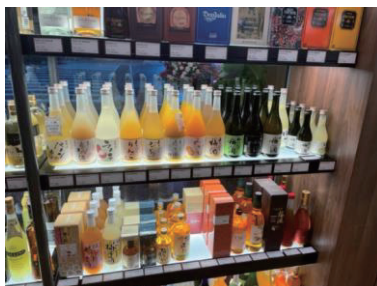
通常と異なる大量注文の際、発注先状況を確認し、不正な海外流通を防ぐ。また、模倣品の横行を防ぐ目的で海外での商標登録を行い、抑止力を持たせた。中国人弁護士とも繋がり、リスク対策に努める。

現地嗜好に合わせた甘さを抑えた桃リキュールや、現地果物を用いたリキュール等、現地代理店と共に開発し現地専用生産。果物のお酒は浸透しやすく、日本酒にこだわらず、現地の好みに合わせて提案している。



▲ 海外専用商品

◀ 台湾の代理店と開発したパインリキュール



▲ 台湾販売店の様子



台湾での展示会 ▶

◀ 関西国際空港 試飲宣伝販売の様子



今後の展望

- 酒類の中でも当社と異なる分野・市場を持つ海外企業とタイアップし、新商品開発を実施中。新商品・新市場への提案で、売上拡大を見込んでいる。
- コロナ禍で延期した酒タンクオーナー制度に取り組みたい。当社商品のタンクオーナーをオークションで募集。自分のお酒を楽しみたい富裕層の口コミづくりでブランド認知度を上げる。
- 新たな国の展開を継続検討中。各国の状況を見ながら、梅乃宿ブランドを扱える段階にあるかを見極めながら展開する。
- アメリカはマーケットも大きく、州毎の法律も異なることから、新しい代理店制度展開を模索し、実現させる。

輸出・国際局長賞

株式会社 千里
(東京都荒川区)

生うに
マグロ
鮮魚
青果

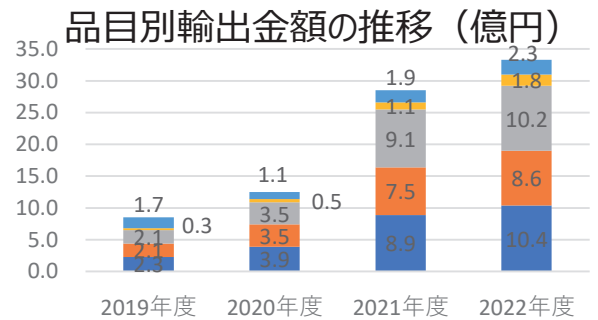
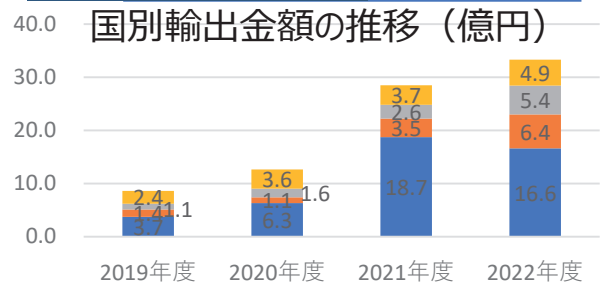
・香港
・シンガポール
・マレーシア 他

海外顧客へのきめ細かい情報提供・誠実対応

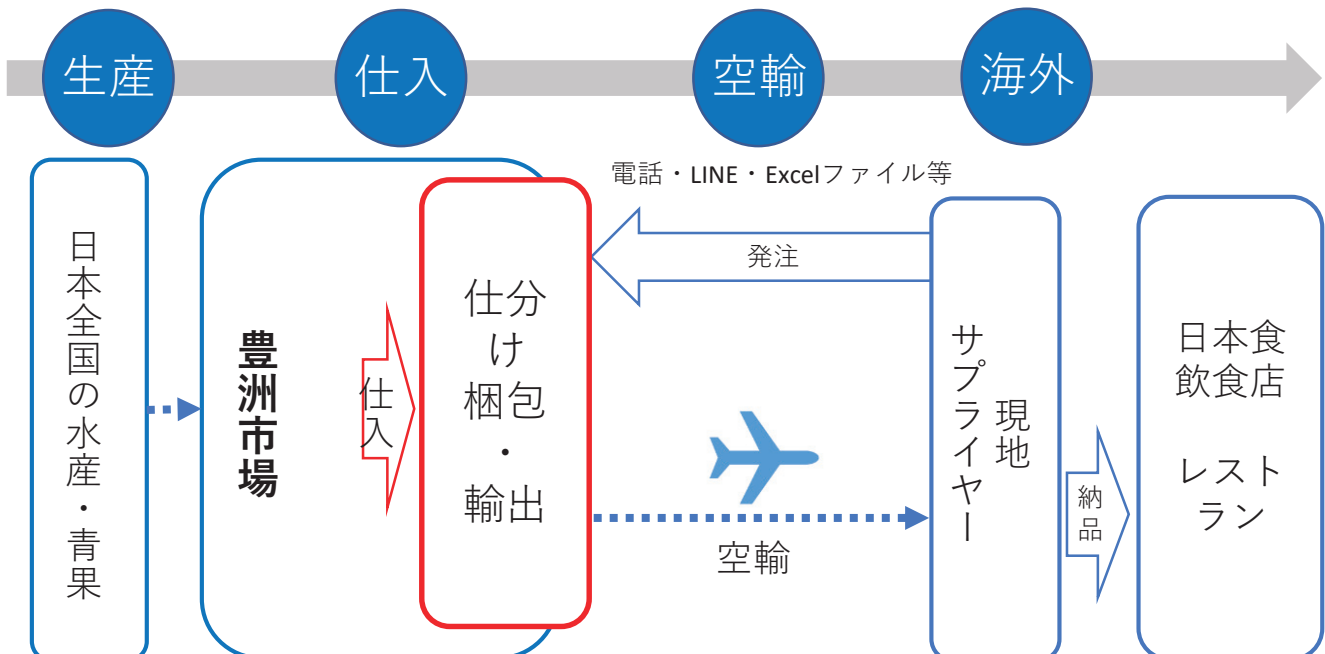
取り組み内容

- 市場内での人脈を築き上げ、参入が難しいとされる豊洲市場の生うにの競りに参加する権利を獲得、海外顧客のニーズに合わせた商品を必ず調達している。
- 関わる人全員に「誠実に」をモットーに、正直な商いを信念とする。商品詳細状況を現地顧客に直接伝え、納得いただいた上で販売、問い合わせにも24時間対応し、誠意を尽くし回答、信頼を築き上げる。
- 現地店舗毎に仕分けた梱包や、混載等、現地のニーズに合わせた納品形態に対応。現地販売先の競合の販売価格情報を収集し、販売先が扱いやすい価格を提案している。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 代表は、学生時代にマグロの輸出会社でのアルバイトを経て、就職したが震災による影響で就職先が閉業。東京都中央卸売市場に勤め、国内向け仲卸の傍ら輸出業務に取り組む。
- 輸出先のニーズが高く、規模拡大を考えるも、国内向け仲卸が主要業務であったため、2013年に法人設立し、輸出事業を開始した。
- 元就職先の取引先との取引が継続している。中国語での取引が可能。卸売市場における豊富な知識と経験により精度の高い情報提供が可能である。

課題と解決のポイント

👍 人の繋がりづくり

海外の顧客は日本人以上に日本の鮮魚に詳しく、産地・規格・部位・漁獲方法等細かく指定されるため、顧客要望に合わせた仕入れを確保する必要がある。

年月を重ね、市場の人間関係を構築し、参入が難しい「生うに」の競りに参加。また、売買参入権取得のみでは難しい、人間関係構築により、顧客からの要望に合わせた商品を仕入れることを実現。

👍 情報収集・発信

販売先である現地の飲食店は複数の仕入れ先から仕入れを検討している。飲食店が仕入れる条件（情報）をサプライヤーは必要としている。

販売先の現地飲食店に提案しやすい価格で卸値を提案している。サプライヤーにとって必要な市場動向等の情報をいち早く入手・発信し、信頼を獲得。その結果、選ばれ続けている。

👍 現地に寄り添う

輸出先により配送仕分け設備がない場合があり、当社に仕分け対応を求められる。また、現地飲食店等からサプライヤーへ問合せの際、即座に回答を求められる。

現地状況に応じ、輸出形態を確立。現地で仕分け設備がない場合は、予め個店毎に仕分けし梱包。また、問合せ・クレームに即時に対応することで現地サプライヤーの信頼を得、取引継続に繋げている。



▲買付けたウニ

▲丁寧に梱包

▲一流の海産物

▲個別包装

▲出荷の一部

▲保冷トラックへ積載
この後空港へ

今後の展望

- 東京都中央卸売市場の売買参入権を保有、並びに水産仲卸の店舗を2021年3月に確保し競りに直接参加している。また、荒川区に自社ビルを購入し、加工品、冷凍品の在庫所有も可能となった。今後は青果物の輸出にも積極的に取り組んでいく。
- ストーリー性のある千里独自ブランドで他社と差別化された養殖ハマチ、ブリ等を生産者と一緒に作り上げたい。
- 顧客がオンラインで発注可能となる受発注システムを当社独自で開発、香港の顧客で試行中。受発注に係る書類作成の負荷軽減にもつなげより多くのお客様に提供していく。
- 今後は現地からの要望に応え青果物の輸出にも積極的に取り組んでいく。

輸出・国際局長賞

津田宇水産株式会社 (兵庫県たつの市)

冷凍殻付牡蠣
冷凍ハーフシェル
冷凍牡蠣むき身

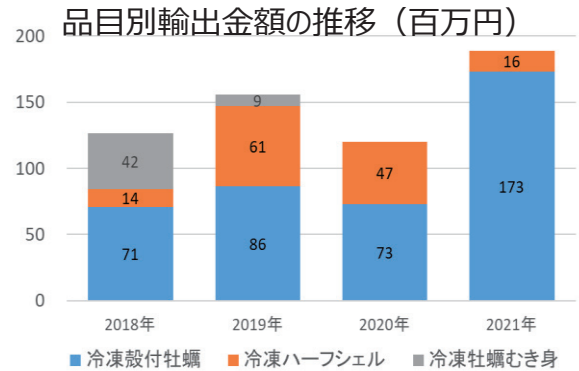
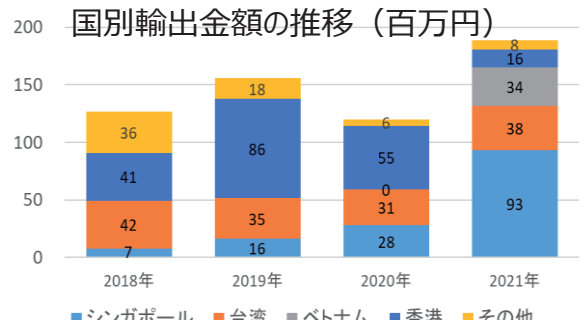
・シンガポール
・台湾
・ベトナム
・香港 他

漁師が世界に！美味しい牡蠣を届ける仕組み構築

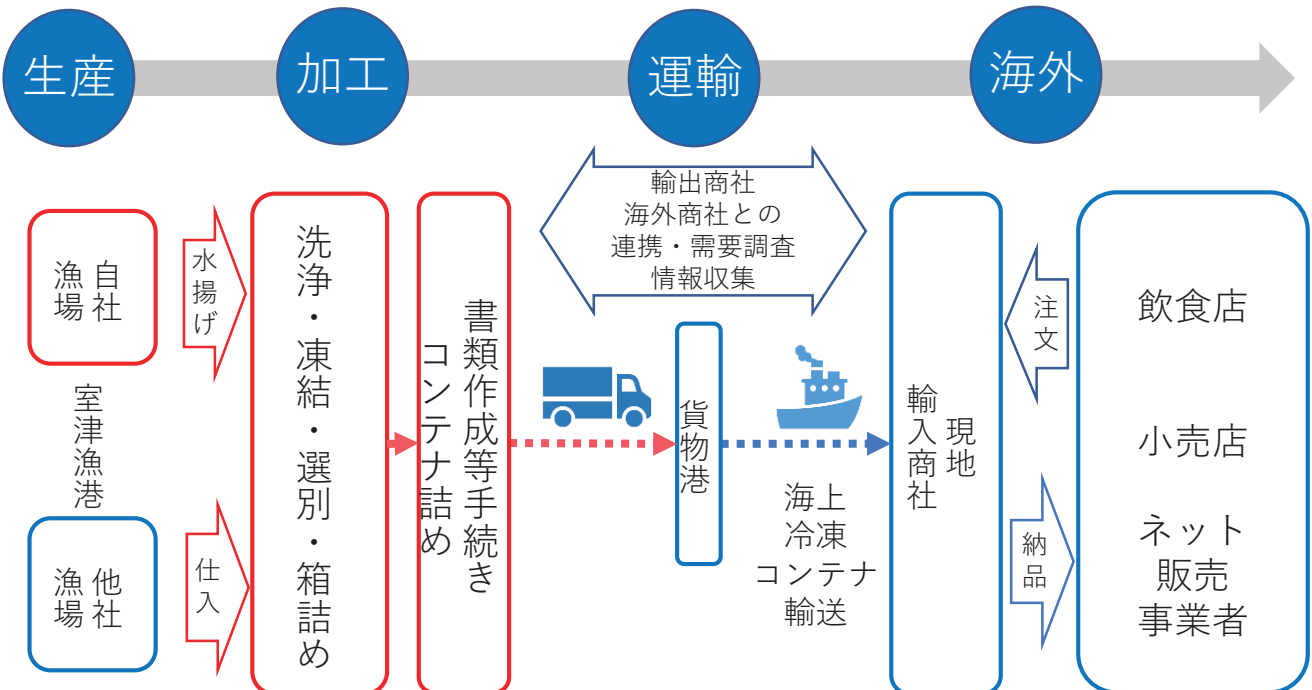
取り組み内容

- 海外では、フランス等他国の牡蠣がシェアを占めており参入に苦労する中、海外レストランは生食牡蠣の廃棄ロスや、入荷調整に苦労。美味しい冷凍牡蠣を提供し問題解決を行うことに方向性を定め、取り組んだ。
- 品質確保・安全に美味しい冷凍牡蠣を提供すべくスーパージェット式トンネルフリーザーを導入。レストランの課題解決とともに、冷凍牡蠣の美味しさを地道に伝え続け、「室津漁港の牡蠣」ブランド確立し、商標登録も行った。室津漁港内での買付けも行い、地元のやる気を生み出した。
- コロナ禍、巣ごもり需要向け小売へ販路拡大。スーパーやネット販売者経由で消費者に届ける小分けのパッケージでの納入を開始。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 室津漁港の1年牡蠣は、甘く、磯臭さが少なく美味しいことを自負しながらも、国内の牡蠣の需要に対する他の漁港の牡蠣供給が十分な状況であり、新たな市場として自然と海外を意識した。取引先金融機関より海外展開を共に取り組めるパートナー企業を紹介され、2016年、共に初めての海外進出を取り組み、展示会出展を開始した。
- 展示会出展の際、他国の牡蠣の情報収集を行い、生牡蠣は海外レストランのビュッフェで多く使われていることを知った。レストランでは生牡蠣は消費期限が短く痛みやすいことからロスが多く、仕入れに苦労していることを知り、美味しい冷凍牡蠣が問題解決できると確信し取組んだ。

課題と解決のポイント

急速凍結設備導入

海外の生牡蠣の販路は飽和状態である。一方、冷凍牡蠣を扱う場合、冷凍設備が必要となる。冷凍設備を他社に頼ると運搬時間がかかり、量も制約がある。

融資と補助金を活用し、スーパージェット式トンネルフリーザー導入。運搬時間中の牡蠣の劣化を防ぎ、量を気にせず冷凍可能となった。冷凍後1年経っても生食用と味が変わらない牡蠣を提供できるようになった。

冷凍への意識改革

冷凍牡蠣出荷に取り組み始めた頃、「冷凍は美味しくない」イメージが定着し、他国・同業他社では冷凍に取組んでおらず、海外では受け入れられづらい状況が続いた。

冷凍したものを1年後解凍しても生食同様、美味しい味であることが確認でき、室津ブランドとして自信を持って提供できることを確信。地道に試食を配り、海外飲食店の意識変革に向け、積極的に提案を続けた。

地域漁港活性化

牡蠣産業の高齢化が進み、取引の仕入条件へ対応することが体力的に難しく、存続危機。かつ、水揚げが11～5月の季節労働の為、安定した仕事ができない。

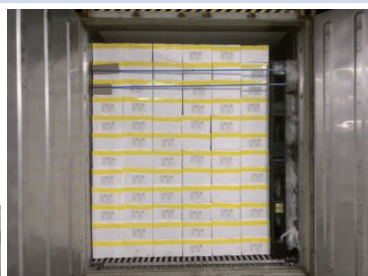
冷凍輸出版路に着手したことで、買取条件を緩和したり、年間作業時期を平準化することが出来るなど、地域の牡蠣生産継続の意欲が高まった。高齢化や産業の過疎化の課題解決にもつながり、雇用の安定にも貢献した。



▲室津漁港牡蠣の水揚げ



▲トンネルフリーザーと冷凍業務の様子▶



▲当社でコンテナに搬入、コンテナを神戸港へ輸送

小売用に▶
家庭でそのままレンジ調理できるパッケージでの販売開始



◀室津オイスター

今後の展望

- 室津漁港の牡蠣生産者からの仕入れを更に拡大（現在5社→20社へ）し、室津漁港ブランド牡蠣を海外へ提案する。
- 2021年に農林水産省「食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業」の採択を受け、輸出拡大に必須となる国際基準のHACCP対応加工施設を新設、認証取得準備中。認証取得後、ミールキットを開発し販売する。現地レストランやホテルのニーズが既にあり、小売等でも展開する。
- ● 今後、海外顧客や海外市場からの様々なニーズにも幅広く対応できる取引形成に注力していく。

輸出・国際局長賞

北海道はまなす食品 株式会社 (北海道北広島市)

納豆
珍味
菓子

・中国
・香港
・アメリカ 他



製造業者が世界と交渉し、直接輸出！

取り組み内容

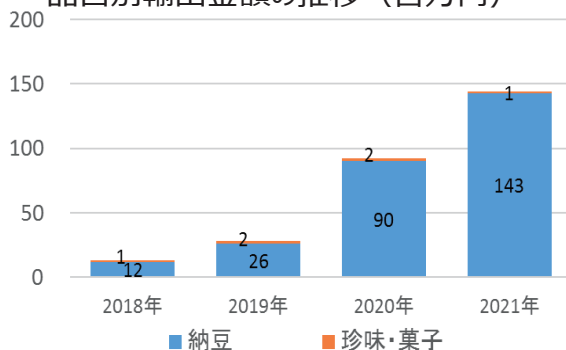
- 製造業者でありながら、独学で輸出を学び、直接輸出を行い、交渉力をつけたことが強みとなり、取引国が広がった。2021年度の輸出額は、輸出開始の2017年度比2,722%の伸び率となる。事業拡大が障がい者の雇用拡大につながり、地域社会への貢献となっている。
- 2014年北海道HACCP認証取得。2018年有機JAS認証取得。輸出用納豆は、製造後すぐに冷凍。安心・安全に配慮している。自社設備と外部倉庫の活用で5コンテナ/月の出荷が可能である。
- 日本食や健康ブームから海外現地日本人以外へ納豆が普及し始めている。更なる普及を目指し、納豆の健康に関する情報発信や、自ら販促に赴く等、納豆文化を現地の消費者へ伝える。

輸出実績の推移

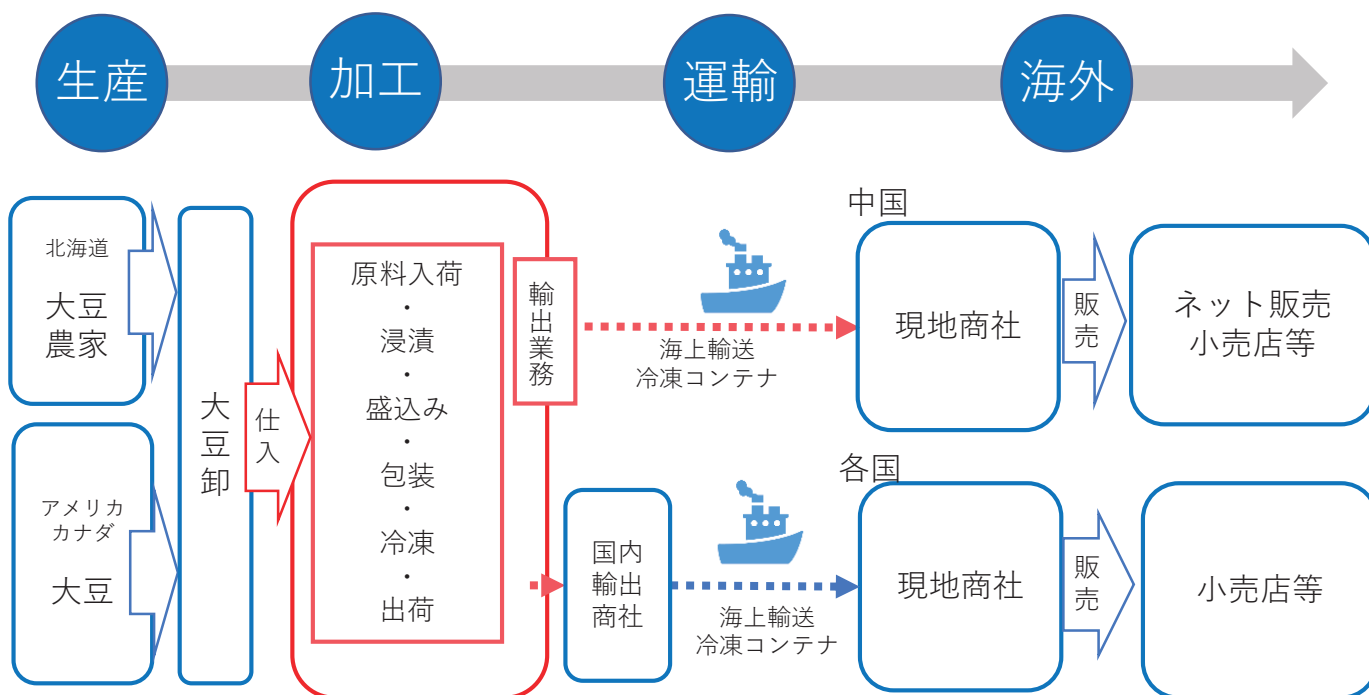
輸出先国数の推移

	2018年	2019年	2020年	2021年
納豆	9 各国	9 各国	12 各国	12 各国
珍味	1 各国	2 各国	3 各国	—
菓子	1 各国	1 各国	—	—

品目別輸出金額の推移 (百万円)



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 当社はコープや民間企業、自治体出資の企業。2005年障がい者雇用促進法の子会社特例を受けたコープさっぽろの特例子会社である。そのため、販売先は主にコープであるが、親会社に依存しない販売形態を目指し、海外への販路を探り、JETROや北海道商工会議所主催の商談会へ参加し、2017年度から納豆輸出を本格的に開始した。
- 納豆は海外在住の日本人に需要があり、日本人の多いシンガポールの「どさんこプラザ」や「明治屋」で取扱い開始していただいた。また、大豆卸の取引先より納豆のニーズを持つ中国企業との直接取引の機会をいただき、輸出業務全般を学び、直接輸出を実現させた。

課題と解決のポイント

👉 知識で自ら変化する 👉 北海道ブランド訴求 👉 納豆文化を世界に

取引先の大豆卸業者より、中国で納豆のニーズがあると中国企業の紹介を受け、直接取引の機会を得たが、輸出手続きは全く未経験であり、手探りの状態であった。

海外で北海道ブランドの認知度は高く、北海道産納豆を現地の方に召し上がっていただきたいが、日本独特の食品である納豆に興味を持つに至らない。

輸出の経験を積み、交渉力を持つも、海外在住日本人の需要のみでは普及は広がらない。現地消費者が納豆を知り、食べたいと思う必要がある。

本やネットから輸出のための知識・情報収集。6ヶ月かけ輸出の知識をつけ、中国向け直接取引を実現。経験を積み、メーカーならではの強みを活かし、海外バイヤーからの要望に柔軟に対応することに成功。

商談で、北海道の産地毎の納豆とともに北海道という土地を紹介し、北海道ブランドを訴求。年1度開催の北海道大豆生産者との「集う会」で輸出状況を共有。生産者の海外への意識向上と、やる気に繋げる。

納豆の作り方・食べ方、日本国内の新聞等に掲載された納豆の健康情報の記事等を現地に提供。SNS利用率が高い中国向けには、日本在住中国人ユーチューバーを活用したPRを行い、認知度を高める。



▲主な輸出用冷凍納豆

中国では偶数が好まれ4個パックの商品を用意した▼



▲中国の現地商社要望より、日本の商品であることを明示するため、日本語表記の包材を使用し、中国語ラベルを貼付



▲冷凍倉庫にコンテナを横付けし自社で積み込む。他社ではコンテナで冷凍状態にするため冷気を通す空間が必要とするが、既に冷凍した納豆を積み込むことから、空間を必要とせず、積載効率を高めている。

今後の展望

- 受注増に対応するため、2023年7月に近隣に新工場を建て、設備を強化し製造を倍増させる。輸出製造専用ラインも新設置する予定。
- アメリカの現地商社からの求めに応じ、FSSC22000認証取得を目指す。取得に向け2020年に農林水産省の支援により、マニュアル作成等のノウハウを習得済み。
- ヨーロッパ現地や国内商社の求めに応じ、「植物性エキスのタレ」を開発中。
- コロナ禍においては、現地での直接の販売促進が難しかった。コロナ禍を乗り越えつつあるこれからは、更に納豆文化を現地に伝え、広めていきたい。

食流機構会長賞

農業生産法人
合同会社赤石の泉
(赤石五葉松輸出振興組合)
(愛媛県四国中央市)

盆栽
青石
庭石

・ドイツ
・フランス
・オーストリア
・スペイン

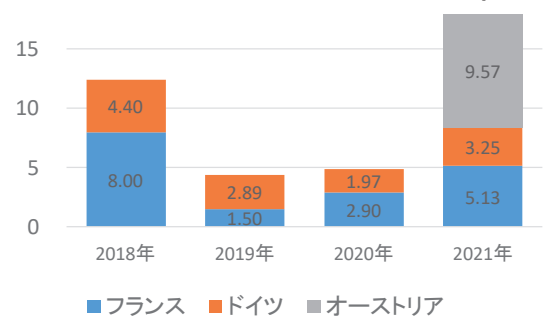
日本の“本物”の伝統文化を欧州ファンに普及

取り組み内容

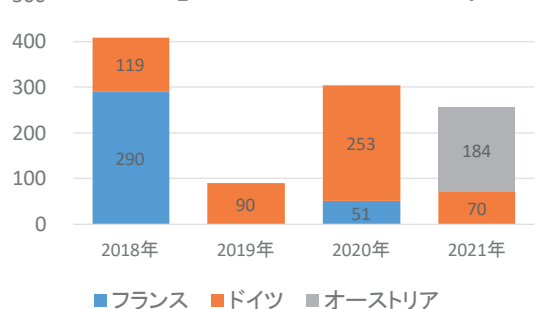
- 2006年より輸出対応の植物検疫栽培を取り入れて、輸出準備を始めた。
- JETRO「分野・テーマ別海外販路開拓対策事業」により、フランスやドイツ、ベルギー、ポルトガルなどから来場するようになった。2016年にはバイヤーを通じて商談が成立、以来7年連続輸出してきた。2022年はスペイン向け大口輸出を獲得した。
- 2019年には「GFPグローバル産地づくり推進事業」に参画している。
- 現在、生産者16名が赤石五葉松輸出振興組合に加入している。事務局を、合同会社赤石の泉に置いている。
- 目標は、年間で1～2コンテナ分（1コンテナ当たり、1000万円・200～500本規模）。

輸出実績の推移

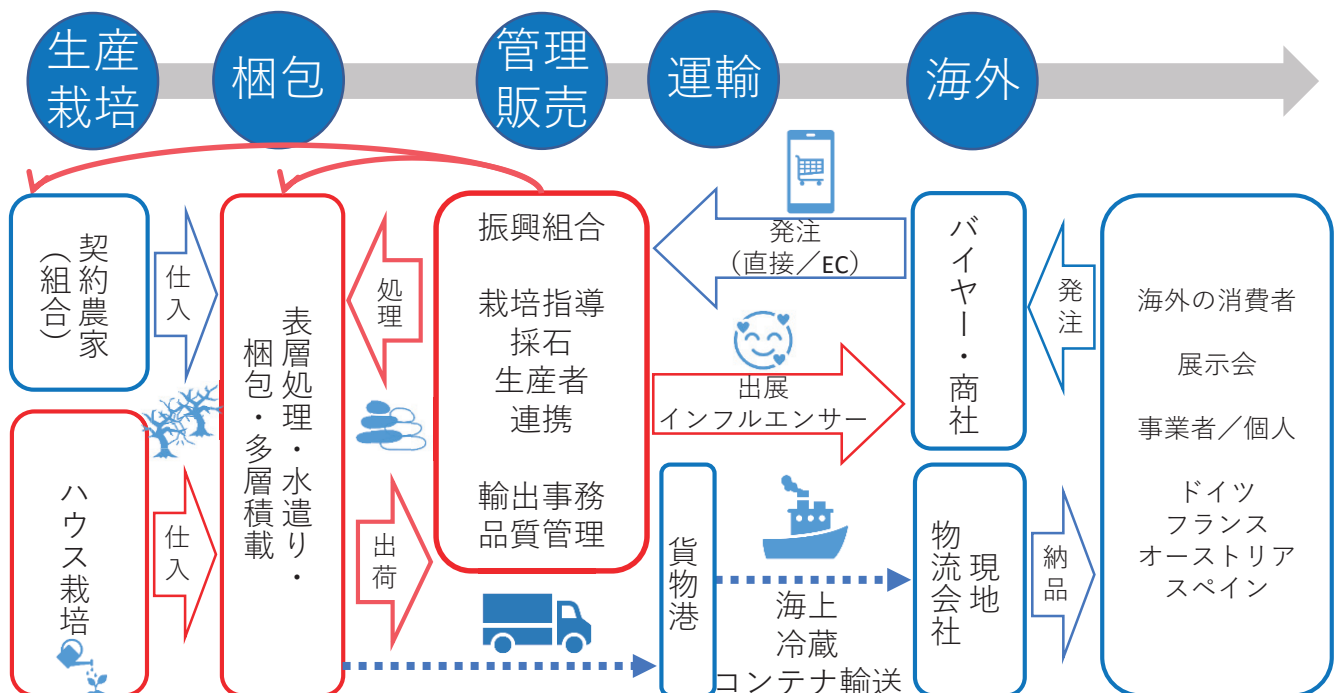
国別輸出金額の推移（百万円）



「盆栽」の輸出量の推移（本）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 赤石五葉松盆栽は歴史が古く、昭和40～50年代までは日本国内及び海外向けにピーク時3億円ほどの出荷があったという。しかし、近年は国内の不景気により需要が減少しており、樹齢50～70年物の盆栽が売れないまま、畑に残っている状況である。
- 生産者の高齢化により耕作放棄が生じている。そこで、海外の需要喚起を目指して取り組んできた。20万本の赤石五葉松盆栽の在庫が畑にあることが海外バイヤーに伝われば、買い付けに来ると確信していた。盆栽が人気のEUをターゲットに、輸出に注力した。

課題と解決のポイント



輸出条件の整備

海外輸出に当たり、数量確保の上、植物検疫において、輸出用の特別管理圃場の整備が必要である。



輸出商品の安定供給

毎年安定供給できる体制構築が不可欠であるが、EU輸入期間が11～3月に限定される。



販路のさらなる拡大

フランスやドイツを中心として販売ルートを多様化させると共に、輸出先国の拡大も図っていく必要がある。

検疫培養所、展示培養所を設置し、共同管理体制を構築している。QRコードを用いた個体識別管理を行っている。

ロットを確保するために生産者をまとめ、合同会社赤石の泉が盆栽の買取を行う。的確な梱包作業に加え、他の道具類・石材などを一緒に出荷することで、顧客の評判が上がった。

EU域内での適切な盆栽の管理が重要。現地の盆栽取扱事業者と協力して管理圃場を設置することで、通年供給体制を整備する。契約栽培や貴重な山採り商品（天然もの）のPRを行い、新たな顧客が増えている。掘取機械の導入で重労働の作業を省力化し、輸出安定供給に貢献する。

バイヤー招聘、展示会出展、EUでの盆栽アンテナショップの開設のほか、SNSを活用した魅力発信、ECサイトでのオンライン販売、富裕層や法人に向けたリース事業を開始した。資材メンテナンスを含めた継続的関係性を構築していく。日本の伝統盆栽需要の高まりを受け、現地との業務提携を模索している。



フランススコローマ教皇への奉納
(2019年10月) ▼



盆栽・青石等を安全・確実に輸送するための積み込み作業 ▶



今後の展望

◀ ▲ 自動灌水システムを利用した温室で栽培される五葉松

- 輸出継続のため、継続的に販路開拓する。EU各国とパートナー契約を行い、棚場を設けて日本の伝統盆栽の展示場所を確保する。バイヤー待ちではなく、積極的にPRする。
- 海外の富裕層が求める商品を的確な場所に提供できる体制が必要である。インフルエンサーを活用するなど、引き続き検討していく。
- 日本の伝統盆栽事業の継続のため、新たな若者がこの事業に参入することを考え、毎年1万粒の種植を行い、盆栽商品が常にある状態を維持する。
- 生産者の高齢化が進んでいくので、事業承継を検討していく。外国人を含めた若手の担い手を育てていきたい。

食流機構会長賞

株式会社おさだ製茶 (静岡県周智郡森町)

煎茶
玄米茶
粉末茶 (抹茶)
その他 (発酵茶)

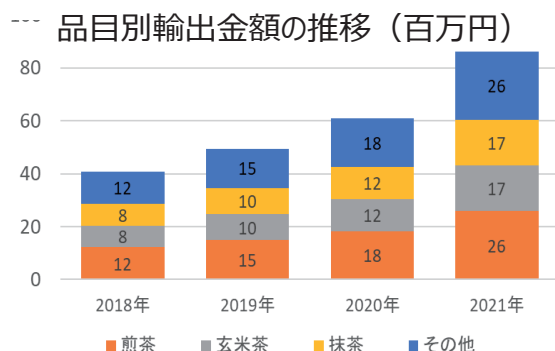
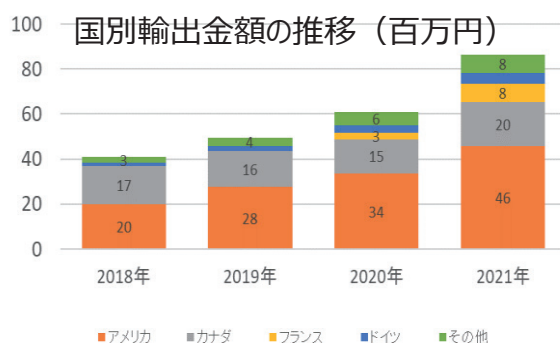
・アメリカ
・カナダ
・フランス
・ドイツ 他

SNSをフル活用した有機上級茶のB2Cビジネス

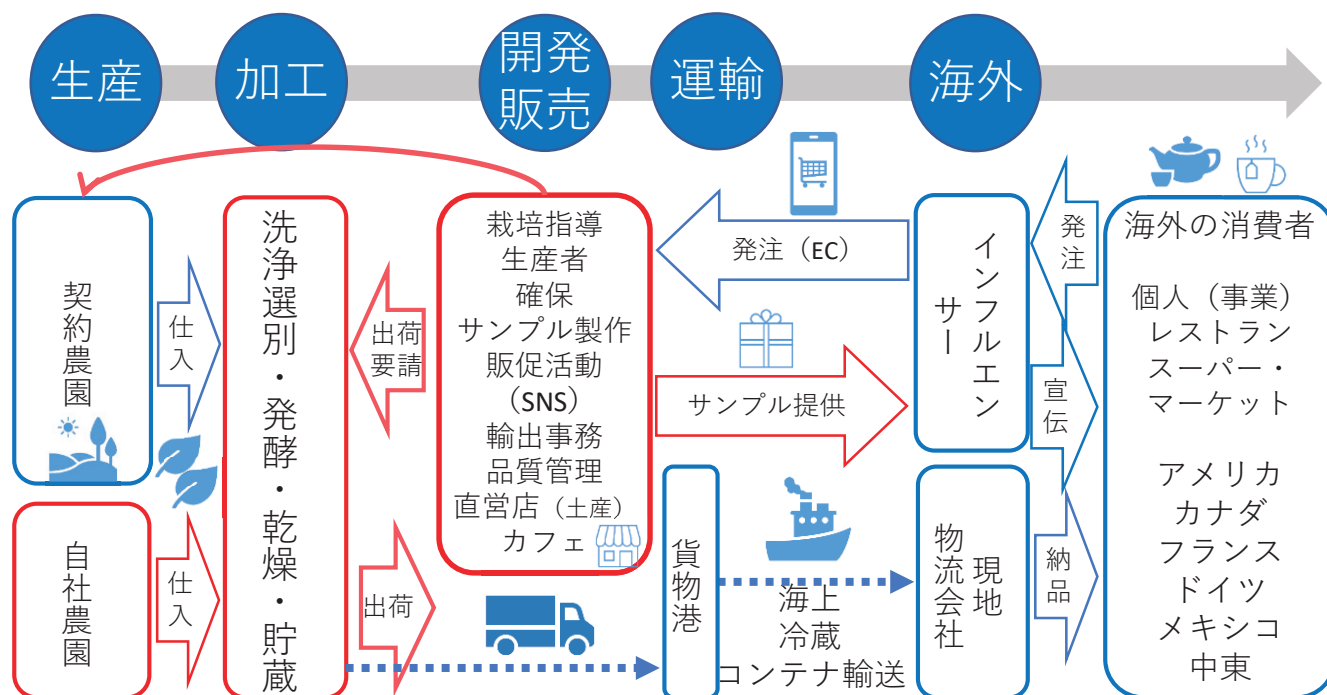
取り組み内容

- お茶の名産地・森町に1948年に創業した製茶メーカーである。
- 新しく移転した本社には、太陽光発電システムを搭載し、エコに貢献している。オーガニック・無農薬有機栽培の製茶を推進し、SNSを活用しつつ、輸出向けを増加させる。
- 2018年度の売上高5.76億円に対して、輸出は4000万円（7%）であった。その後、年々輸出量を拡大し、2021年度は同6.01億円に対して同8600万円（14%）となった。2022年度は、同6.10億円に対して同1.30億円（21%）を見込んでいる。
- 本社近くに直売所である「おさだ苑」を開設している。最近、カフェもオープンし、観光客などを誘致している。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 年々増える輸出需要を実感し、その対応が将来の事業存続のカギになると考えた。輸出対応のため、2019年に本社を移転して製茶工場を新設した。同時に、食品安全性認証「FSSC22000」を取得した。有機JAS認証については、2011年に取得していた。
- 現在は、欧米を中心にアメリカを筆頭に、カナダ、ドイツ、フランス、と年々輸出国も増えており、最近ではアフリカ、南アメリカ等へも輸出先国を増やしている。
- 有機茶葉の生産量確保と有機栽培の普及・自園のブランディングのための農業法人を設立した。体験や視察の受け入れ圃場としての役割も担う。

課題と解決のポイント

海外需要の把握

輸出ビジネスの構築のため、海外市場におけるトレンドや嗜好（例えば、若者は健康指向で、コーヒーよりも日本茶を選ぶ傾向がある、等）を把握する必要がある。

JETRO、中小機構、農林水産省等の企画に積極的に参加し展示会や商談会でバイヤーとの交流を重点化する。英語ができる人材を採用し、直接バイヤーと交渉できる体制を構築した。現地市場の需要やターゲット層を把握し輸出構築に活かしてきている。

有機的な人間関係

輸出拡大のためには、多様化・細分化する要望やより繊細になっている消費者の意識・感受性を捉える必要がある。バイヤーとの更なる連携がカギとなる。

SNSなどをきっかけとして、バイヤーと知りあい、現地訪問等を通して人間関係を構築する。定期的にバイヤーを誘致し、日本茶の産地を案内するほか、仕上げ具合の品評などをいただき、商品開発にフィードバックする。フォロワーの多いインフルエンサーとの結びつきを強化していく。

日本茶を通じた「学び」

世界的な“抹茶ブーム”が起きている。中国における抹茶生産も始まっており、日本産の本来の抹茶にとっては将来の脅威になる。圧倒的な差別化が求められる。

お茶を飲むことを通じて消費者に産地を身近に感じていただくために、体験と学びの機会を提供する。コロナ禍に対応したオンラインレッスンにより、日本文化を発信している。日本一のプロフェッショナル集団という意識で海外需要への対応を心掛ける。



▲サンプルを常備、すぐに送付可能▼



▲商品・技術紹介を含む海外向けパンフレットを作成

今後の展望

▲製茶工場の様子（火入れ機など）

- 他社からのブランド利用の打診が来るが、独占代理店契約は結ばないポリシーである。
- OEM供給事業を推進する計画である。関連コンテンツも、当社から供給する。ディストリビュータにはクラウドを活用して資料を自由に使用していただけるようにする。
- 地球環境に優しい製茶の取組を進めていく。SDGs（持続可能な開発目標）、ゼロエミッション、カーボンフットプリントに関する検討を進めていきたい。

食流機構会長賞

日中物産合同会社 (神奈川県横浜市)

生牡蠣
(北海道・
三陸・兵庫・
九州・ほか)

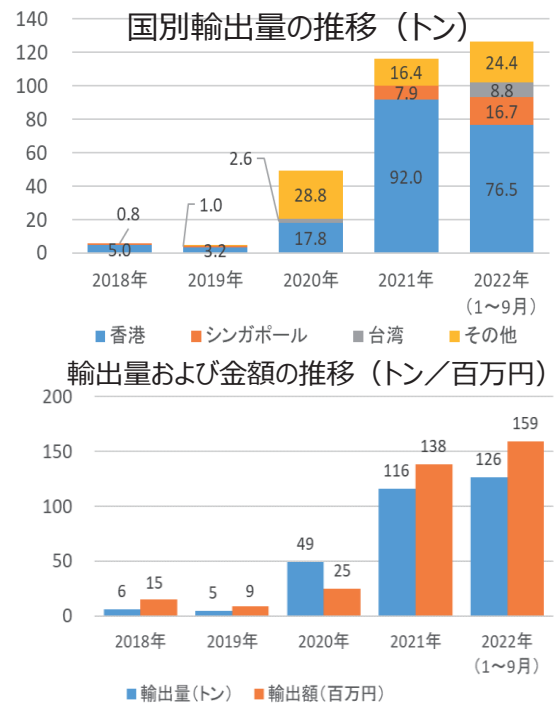
・香港
・シンガポール
・台湾 他

世界標準を越える日本各地の牡蠣でアジアを魅了

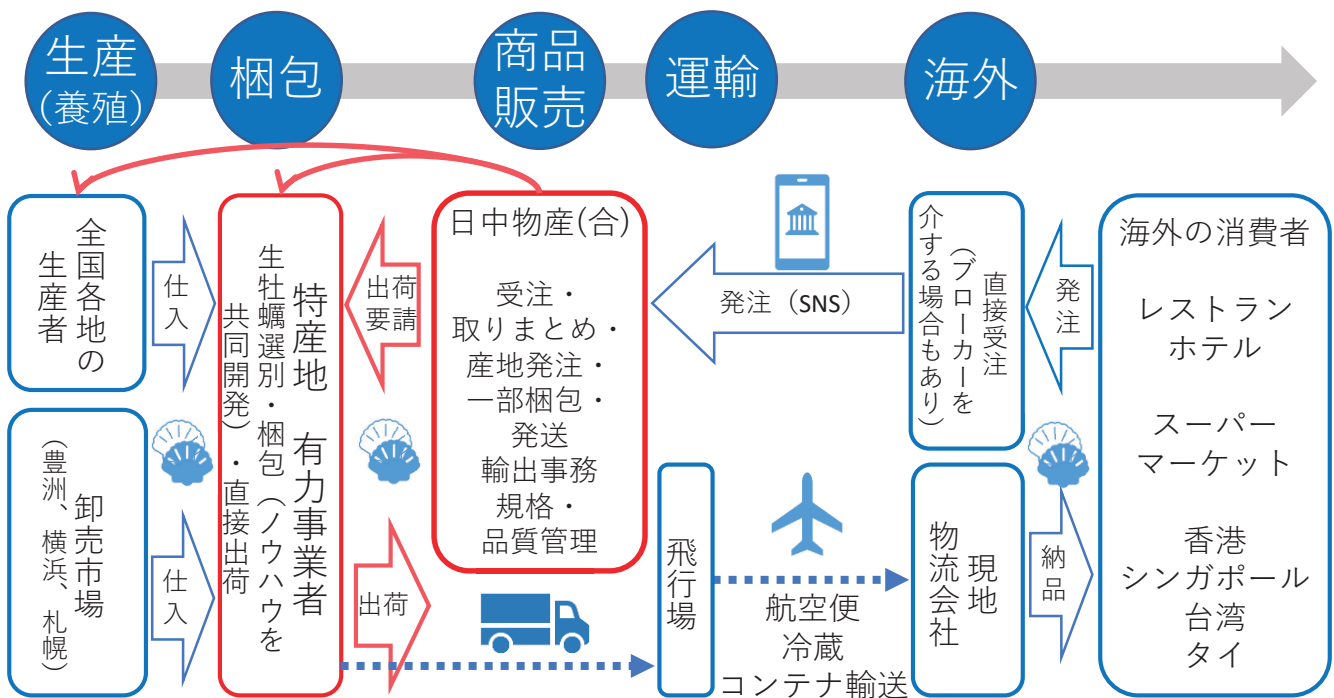
取り組み内容

- 横浜市中心卸売市場の牡蠣専門卸業者であり、年間100万個以上の生鮮牡蠣を輸出している。
- 産地から輸出まで一気通貫で管理している。牡蠣の水揚げから浄化・選別をその日のうちに行い、慎重に梱包して、翌日午後までには空港まで届けることができる。東アジア地域にその日のうちに到着することが可能である。
- 全国産地および卸売市場とのネットワークにより、年間を通じた安定供給が可能である。季節変動や貝毒・ノロウイルスでの出荷停止でも別産地から供給可能である。
- 産地との協業により、日本産生鮮牡蠣を世界基準に適應させ、欧米産に比べてグレードの高い日本産牡蠣の海外での流通に成功している。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 香港での輸入商社、日本の商社などを経験しているうち、水産に関係するようになった。
- 輸入規制や物流等の観点から、輸出先候補として香港、シンガポール、台湾、タイを想定し、各国税関から情報を収集した。その上で、生鮮牡蠣輸入量の最も多い香港を最重要仕向地として、2019～2020年に営業を強化した。
- 欧米の牡蠣しか扱っていなかったアジアの客先（オイスターバー、ホテル）へ販路を広げるため、従来の曖昧な日本国内規格を改め、海外サイズ規格にならい、輸出用に20g刻みの当社独自規格を取り入れた。

課題と解決のポイント

海外からの受注体制

生鮮品で長期保存が難しいため、現地客先は余分な在庫を持ちたくない。海外客先からの発注と出荷が同日となる場合もある。

各産地、豊洲・大田・横浜市場のネットワーク、物流を活用することやSNS等を通じた現地客先と直接の注文のやり取りによりリードタイムを短縮することで可能な限り要望に対応している。

安定供給網の構築

生鮮牡蠣は季節変動などで生産量が変化する。貝毒・ノロウイルスなどで出荷停止が発生することもあるため、出荷が不安定になり得る。

北海道から九州まで生産者を行脚し、安定供給ネットワークを構築した。各産地の銘柄、サイズ、旬、貝毒等の発生状況を把握し、海外客先への供給体制が途絶えないようにリレー出荷体制を構築している。

輸出品質の確保

活きた状態をキープするため、輸出直前まで品質には細心の注意を要する。温度変化や牡蠣殻の割れなどがあると、傷みやすい。

温度ロガーで輸送中の温度変化を把握しデータ解析を行うことで、最適な保冷剤量、梱包形態を導入した。空港の輸出通関の直前に全量品質チェック・梱包を行うことで、牡蠣が死んだ等の海外客先のクレームを減らすことに成功した。



▲一気通貫
迅速に新鮮な生牡蠣を輸出

ハラル認証
を取得▶



▲日本のほぼ全ての
牡蠣産地を取り扱う

◀データ解析を経て最適・安全な冷蔵手法を導入

今後の展望

- 提携先の(株)ヤマナカ（宮城県石巻市）が、農林水産省「GFPグローバル産地づくり推進事業」に採択された。世界で戦える真牡蠣の産地を目指して、稼げる漁業モデルを模索する。当社は、輸送時間・状態に耐えうる丈夫な牡蠣の生産についてアドバイスする。
- 牡蠣の目利きができることを生かして、生鮮のブランディングを目指す。
- 海外中間層の増加を見込み、生鮮を増やすと同時に冷凍牡蠣への参入も検討する。
- 海外レベルの本物の生牡蠣レストランを普及させたい。海外のソムリエによる細やかな味・質の表現から、牡蠣に合うお酒の提供など、幅広く食文化の改革に貢献していきたい。

食流機構会長賞

株式会社八ノ商店 (福岡県糟屋郡粕屋町)

桧原木
杉原木
桧製材品

・韓国
・中国
・台湾

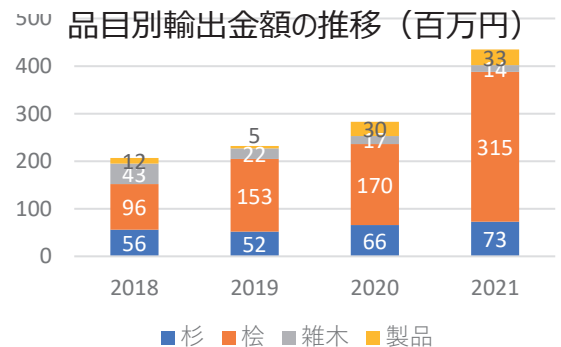
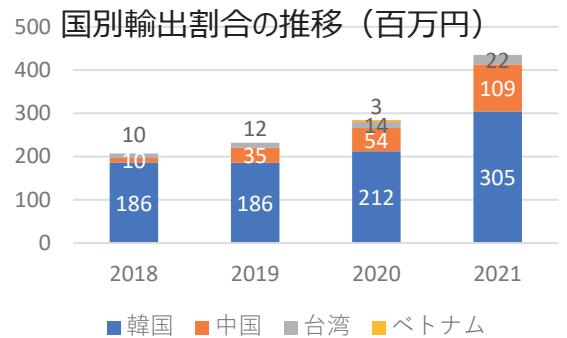


海外の需要に合わせた原木・製材品の輸出

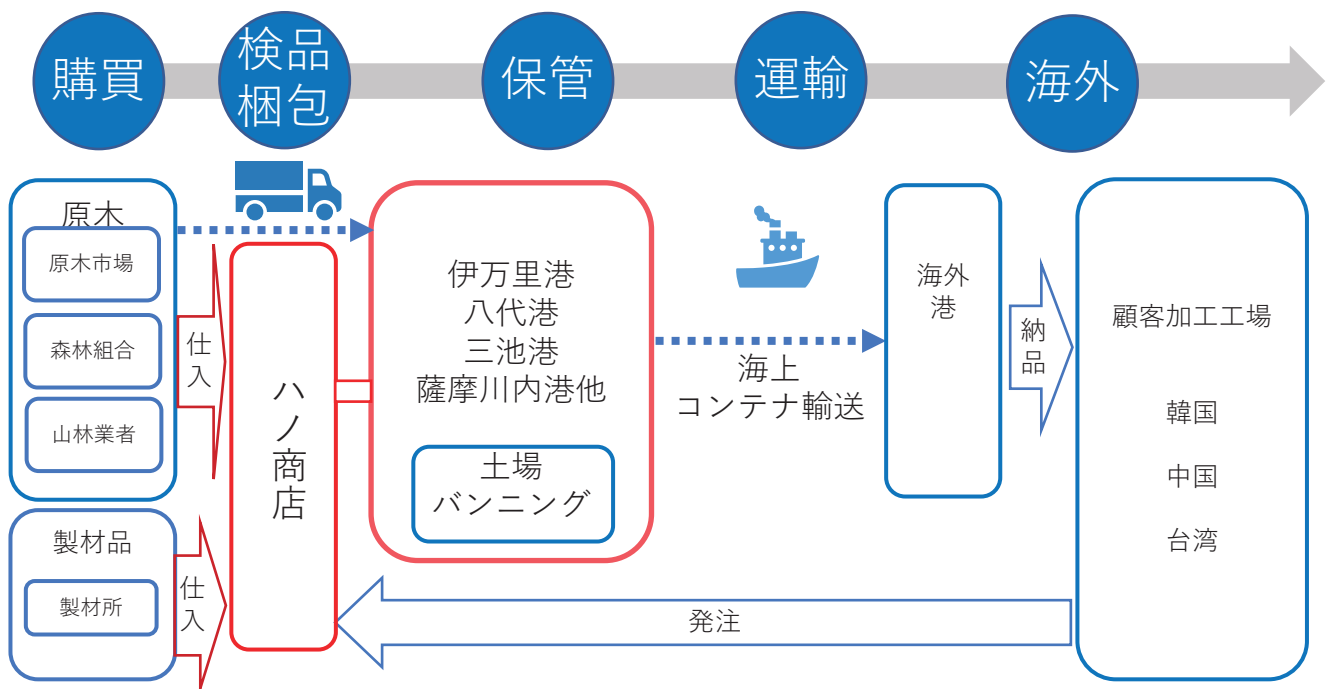
取り組み内容

- 流通経路の簡素化を図り、顧客の要望を聞きながら九州を中心とした日本全国の原木市場で直接買い付け、主に九州各地の地方港から輸出し、海外の顧客へ直接販売を行っている。
- 日本ではあまり需要がなく、生産量も少ない製材品や楠などの広葉樹でも、海外の需要を把握しコンテナ単位にまとめて輸出している。
- 商社を通さない直接貿易で、きめ細かい対応を行っている。多くの小口顧客を増やして安定的な販売を実現し輸出額も着実に伸ばしている。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 10年前、中国の上海港で見渡す限り海外産の原木があるにも関わらず、隣国である日本の原木が1本もないことに驚き、日本材の輸出を考えた。
- 海外のお客様の利用方法を現地に赴いて確認し、日本では活用されていないサイズの本物の需要もあり輸出。その結果、日本の木材市場の活性化に繋がる。
- 製材品では、数社の製材所の製品を集めて、輸出可能な数量にまとめ輸出。国内同様に、輸出でも多くの小ロット顧客に対応し安定販売を実現している。

課題と解決のポイント

九州立地のメリット

原木の輸出には、木材保管、バンニングのための土場が必要であるが、6大港等大きな港湾では当社が扱っている小ロットの木材に対応可能な場所がない。

九州の八代港、伊万里港、三池港、薩摩川内港、博多港などの地方港を利用して韓国、中国、台湾へ輸出。九州は木の生育が早く、原木の供給量も多く桧の単価も安い。ただし、九州産のみに特化はしていない。

海外需要の把握

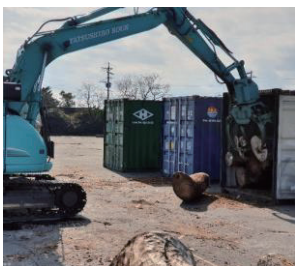
日本と異なり、海外では住宅建材としての需要は少なく内装材や家具など使用目的が異なる。また輸出向け商品は日本の規格と異なり大径のものが好まれる。

海外のオーダーメイドの工場は小規模であり、様々な需要があるため、独自に海外のニーズに応じた規格を定め、原木の素材のまま輸出。その半数以上は高品質のA級材である。その結果、リピート顧客を増やしている。

専門知識を活かす

輸出にあたり大手商社と差別化を図るには、小規模な顧客へのきめ細かい対応が重要であるため、直接お客様と接点を持つ必要がある。

韓国に輸出する場合は、韓国人スタッフ、中国・台湾に輸出する場合は中国人スタッフが対応できる体制にしており、言葉の障壁を取り除いている。また日本への木材視察ツアーを開催し理解を深めてもらっている。



▲土場における積込作業▶



▲コンテナ詰められた原木



▲製材製品

今後の展望

- これまで輸出できなかった国に向けJETROや日本木材輸出振興協会の商談会に積極的に参加し、日本材のアピールを行っている。現在中国への輸出が増えているが、日本の木材が知られていない北米やヨーロッパなど新たな市場に展開できないか検討している。
- 海外のニーズを的確に捉えて高付加価値の原木の輸出に成功している。日本ではニーズの少ない大径木こそ海外では必要とされ、今後も新たな需要を開拓していく。
- 原木だけでなく製材品の新たなニーズも捉えて、取り扱いを増加させたいと考えている。

平成28年度（第1回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 十勝川西長いも運営協議会（北海道帯広市）
4Lサイズの長いもを1999年より台湾への輸出を開始し、米国、シンガポールにも販路を拡大。十勝管内の8農協による広域での生産・供給体制を確立。
- オイシックス株式会社（東京都品川区）
2009年より、野菜、果物を中心に自社のECサイトを通じて香港の消費者へ直接販売。日常的に消費する生鮮食品を、現地の一般消費者に提供。
- 尾鷲物産株式会社（三重県尾鷲市）
台湾、シンガポール、中国等に対し、直営養殖のブリ等を輸出。台湾(2015年開始)、ベトナム(2016年開始)に生鮮水産物を空路で定期輸出。
- 旭酒造株式会社（山口県岩国市）
日本酒を2002年から台湾向けに輸出開始。2003年からNYへ進出し、試飲会等により認知度向上を図る。2007年からフランスにも販路を拡大。
- 株式会社くしまアオイファーム（宮崎県串間市）
2012年からシンガポール向けの輸出を開始し、香港、台湾に拡大。需要が高い小ぶりなサイズのサツマイモを栽培する小畦密植栽培法を開発・実践。

【農林水産省食料産業局長賞】

- 阪和興業株式会社（東京都中央区）
2006年のインド向け輸出を契機に、丸太を中国、台湾、韓国、フィリピンへ販路を拡大。
- トップ・トレーディング株式会社（東京都千代田区）
EU域内15か国への加工食品の輸出に加え、2012年にゆずの賞味会や高級レストラン等への売込により需要を喚起し、国内で初めてEUへ生鮮ゆずを輸出。
- 株式会社新潟農商（新潟県新潟市）
2011年から香港向けに玄米輸出・現地精米を開始。2013年にはモンゴルに合併企業を設立し、シンガポール、ハワイ、ベトナムにも販路拡大。
- 株式会社ヤマト醤油味噌（石川県金沢市）
味噌・醤油をフランス、米国等へ輸出。2011年から2014年までの3年間で、年間輸出額を5,000万円から1億円にまで急伸。2012年にFSSC22000を取得。
- 福島鯉株式会社（京都府京都市）
2011年より米国、韓国、台湾等へだし原料を輸出。顧客のニーズを捉えた商品開発。本業態で初のハラール認証を取得。2014年に米国に現地法人を設立。
- 株式会社なにわ花いちば（大阪府大阪市）
2008年からニューヨークやシカゴ等の大都市での花きのプロモーションを展開し、北米、中国、台湾、オランダ等へ輸出。航空便輸送の定期ルートを確認。
- 株式会社神明（兵庫県神戸市）
2010年より精米等を香港、豪州、米国等へ輸出し、米国、香港等には営業拠点を設置。FSSC22000取得。香港の気候に合わせて真空包装袋による業務用米販売。
- 北川村ゆず王国株式会社（高知県北川村）
EU向け検疫条件を満たした園地等の登録に取り組み、2012年にフランスへゆず青果を国内初輸出。同年にフランスやスペインのシェフ等を招へいし、ゆず賞味会を実施。
- 木材輸出戦略協議会（鹿児島県志布志市）
宮崎県、鹿児島県の4森林組合が連携し、スギ、ヒノキ等の原木の安定的確保を実現。韓国への輸出を皮切りに、中国への輸出拡大。
- 東町漁業協同組合（鹿児島県長島町）
養殖ブリを、北米、アジア、EU向けに輸出。1998年に養殖魚としては国内初となるHACCP認証取得。輸出拡大に向け施設を整備。
- オリオンビール株式会社（沖縄県浦添市）
2016年に台湾に事務所を開設。米国、中華圏、東南アジア、オセアニア等の各エリアに担当者を配置し、効果的な営業を展開。

平成29年度（第2回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

■ 株式会社Wakka Japan(北海道札幌市)

香港、台湾、ハワイ、シンガポールに日本産米専門店を設立。玄米を輸出し、現地店舗にて精米して販売。日本のコメ輸出量(2016年)の約1割を同社が輸出。

■ 丸山製茶株式会社（静岡県掛川市）

輸出先国の嗜好にあった日本茶・抹茶を生産、製品開発により輸出。ロンドンを拠点に現地流通業者を介さず輸出を拡大。

■ 株式会社スギヨ（石川県七尾市）

1976年から米国を最初に、中国、香港、台湾等に「かに風味かまぼこ」を輸出。2004年からニーズに応じた改良により、高付加価値製品を供給し他社製品と差別化。

■ 全国農業協同組合連合会鳥取県本部（鳥取県鳥取市）

1933年から二十世紀梨の輸出を開始し、近年は二十世紀梨の輸出ルート活用により、台湾、米国等向けに、スイカ、肉、野菜等の輸出を拡大。

■ サンキョーミート株式会社（鹿児島県志布志市）

2006年から対米牛肉輸出を開始。以降、11か国・地域（カナダ、中国等）の施設認定を取得し、現在42か国への牛肉輸出体制を整え、輸出を拡大。

【農林水産省食料産業局長賞】

■ 西山製麺株式会社（北海道札幌市）

1987年より札幌ラーメンの麺、タレ等をドイツ、米国等26か国・地域へ輸出。麺は全て自社工場で生産し、商社を通さず専用の冷凍コンテナにより現地へ輸出。

■ 青森県農村工業農業協同組合連合会（青森県弘前市）

独自の製法により酸化防止剤を使用しないりんごジュースを香港、台湾等へ輸出。生食用として市場に出回らないりんごを活用する等、生産者の所得向上にも寄与。

■ 株式会社南部美人（岩手県二戸市）

1997年から日本酒を米国、香港等に輸出開始。2013年にKOSHERの認定を受け、現在30か国以上へ輸出。他の酒蔵と共に、欧米、アジア等へ普及啓蒙を展開。

■ 株式会社新丸正（静岡県焼津市）

水揚げから加工の全てが「MADE IN YAIZU」のかつお節を米国、香港等へ輸出。2017年に全国で初めて対EU・HACCP認定を取得、EU向けに輸出。

■ 株式会社北雪酒造（新潟県佐渡市）

レストランNOBUに、国内で唯一の日本酒提供酒蔵。これを軸に米国、EU等世界各国に輸出。主原料は、地元農家が契約栽培する酒米を使用。

■ 丸美産業株式会社（愛知県飛島村）

国内の規格にはなかったサイズに造材するなど間伐材等の海外需要を掘り起こして未利用材が商品になる可能性を示し、輸出を拡大。2017年FSC認証、PEFC認証を取得。

■ 株式会社鈴木栄光堂（岐阜県大垣市）

2014年から自社製品だけではなく、国内菓子メーカーと協業で顧客の要望する菓子製品を企画・製造した商品を輸出。香港に現地取引先との協業でアンテナショップを開店。

■ 京都青果合同株式会社（京都府京都市）

2014年香港の青果物国際展示会に出展。京野菜等の販促・PRを展開し、輸出を拡大。飲食店向けに京野菜メニュー作成・商品化等による多角的にPRして、認知度向上を図る。

■ 白鶴酒造株式会社（兵庫県神戸市）

輸出主要国の嗜好に即した海外専用商品を開発し、50ヶ国へ輸出。現地総代理店に資本出資した現地法人を活用し、現地企業への積極的な日本酒の啓発活動を展開。

■ 三島食品株式会社（広島県広島市）

1960年からふりかけ、調味料等を米国、台湾等へ輸出。マーケティング活動により、現地ニーズにマッチした商品を開発。対米HACCP、ISO14001、FSSC22000認証を取得。

平成30年度（第3回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 株式会社とち製菓（北海道河西郡中札内村）
製品開発力を武器にハラル対応和菓子で輸出を拡大（マレーシア、台湾、ベトナム等10カ国）
- Wismettacフーズ株式会社（東京都中央区）
市場調査に基づく独自ブランド「SUGOI」で小玉りんごを輸出（香港、台湾、タイ等10カ国）
- 金印株式会社（愛知県名古屋市中区）
産地（自社農園含む）から海外まで一気通貫型の輸出モデルを構築（米国、英国、ドイツ等65カ国）
- 築野食品工業株式会社（和歌山県伊都郡かつらぎ町）
米油と米糠由来の有効成分抽出加工と輸出の一環体制を構築（米国、タイ、フランス等30カ国）
- イヨスイ株式会社（愛媛県宇和島市）
愛媛県宇和島市発の一気通貫型輸出モデルにより新しいマーケットを開拓（韓国、米国、中国等20カ国）
- 鹿児島堀口製茶有限会社（鹿児島県志布志市）
化学農薬だけに頼らないスマートIPM農法による輸出向け茶の産地化（米国、台湾、ドイツ等10カ国）

【農林水産省食料産業局長賞】

- 株式会社長沼あいす（北海道夕張郡長沼町）
一次加工品輸出・現地二次加工でコストダウンと作りたてを実現（台湾、シンガポール、マレーシア等）
- 有限会社柏崎青果（青森県上北郡おいらせ町）
突破力のある商品開発と取引先のニーズに地道に対応し輸出を拡大（米国、フランス、英国等18カ国）
- ゼンフーズジャパン株式会社（東京都中央区）
マグロを中心とした日本食材を通じた日本文化の発信（香港、シンガポール等）
- 株式会社日本農業（東京都品川区）
最適化による垂直統合型輸出用バリューチェーンの構築（タイ、インドネシア、香港等7カ国）
- 株式会社山治（東京都江東区）
TOYOSU・YAMAHARUをハブとした日本産水産物の輸出モデル（香港、米国、台湾等20カ国）
- 株式会社アライドコーポレーション（神奈川県横浜市）
SNSを最大限活用したプロモーション戦略を実践。（タイ、シンガポール）
- 杉本製茶株式会社（静岡県島田市）
輸出に特化した生産・販売体制を構築し、有機抹茶を世界に発信（米国、英国、スイス等22カ国）
- 有限会社澤井牧場（滋賀県蒲生郡竜王町）
近江牛発祥の地から世界へ、地域一帯となって「近江牛」ブランドを発信（シンガポール、タイ、インドネシア等10カ国）
- 株式会社ダイニチ（愛媛県宇和島市）
“海外に一番近い日本”から鮮度抜群の魚をお届け（米国、タイ、オランダ等10カ国）

令和元年度（第4回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 株式会社ヤマナカ（宮城県石巻市）
持続可能な養殖法で生産された水産物を世界へ（香港、台湾、シンガポール等11カ国）
- 株式会社大水（大阪府大阪市）
10年前にゼロから立ち上げ産地をブランド化（ナイジェリア、エジプト、ベトナム等27カ国）
- オタフクソース株式会社（広島県広島市）
体験でファンづくり、現地で「美味しい！」味づくり（アメリカ、韓国、台湾等52カ国）
- 株式会社ミヤチク（宮崎県都城市） 2020年度農林水産祭（多角化経営・経営部門）：日本農林漁業振興会会長賞
取引先セールスやシェフへの技術指導でブランド確立（アメリカ、台湾、香港等8カ国）

【農林水産省食料産業局長賞】

- 青森トレーディング株式会社（青森県弘前市）
クールジャパン戦略で青森産りんごの認知度を高める（香港、台湾、タイ等9カ国）
- 大七酒造株式会社（福島県二本松市）
日本酒の高付加価値化によって業界をリード（アメリカ、香港、台湾等43カ国）
- みなみ信州農業協同組合（長野県飯田市）
国内需要低迷期に価格安定化を目指す（台湾、香港、シンガポール等6カ国）
- 豊明花き株式会社（愛知県豊明市）
市場機能を生かし高品質な日本産花きを輸出（香港、シンガポール、オーストラリア等12カ国）
- ヤマキ株式会社（愛媛県伊予市）
顧客ニーズにあわせた商品提案・相談対応！（台湾、アメリカ、韓国等25カ国）
- 株式会社兵殖（大分県津久見市）
養殖ブリを自社加工、冷蔵ブリを北米・EU・アジアに（北米、アジア、ヨーロッパ等12カ国）

【公益財団法人 食品等流通合理化促進機構会長賞】

- NAX JAPAN株式会社（東京都中央区）
鮮度重視！スピード実現に向けた継続的変革（香港、台湾、タイ等28カ国）
- 株式会社みすずコーポレーション（長野県長野市）
和食ブームをチャンスに日本の伝統食を海外に！（アメリカ、韓国、カナダ等16カ国）
- お茶の通販・京都おぶぶ茶苑合同会社（京都府相楽郡和束町）
和束のお茶に感動して新規就農「日本茶を世界に」（アメリカ、ロシア、オーストラリア等60カ国）
- 石光商事株式会社（兵庫県神戸市）
中小事業者へ海外販路開拓の場づくり！（アジア、オセアニア、欧州等25カ国）

令和2年度（第5回）輸出に取り組む優良事業者表彰

【農林水産大臣賞】

- 株式会社柴沼醤油インターナショナル（茨城県つくば市）
日本の伝統を守り、現地の嗜好にあわせ商品開発
- 株式会社築地太田（東京都江東区）
世界中の飲食店と豊洲をダイレクトに繋ぐweb受注
- 株式会社ミク（東京都港区）
世界40カ国に伝統的な日本の食品を紹介・販売
- 東亜食品株式会社（兵庫県姫路市）
安心・安全を強化、世界の富裕層に日本の乾麺！

【農林水産省食料産業局長賞】

- 稚内東部株式会社（北海道稚内市）
北海道産ブランドとして魚介類を世界に届ける！
- 出羽桜酒造株式会社（山形県天童市）
香り豊かな吟醸酒の魅力を世界中へ発信
- 株式会社ウオショク（新潟県新潟市）
雪室で熟成させる加工方法で牛肉を高付加価値化
- 井村屋グループ株式会社（三重県津市）
米国向け日本産アイスのシェア8割を獲得
- あづまフーズ株式会社（三重県三重郡菰野町）
寿司ネタにとどまらず独自の商品展開で市場を開拓
- 株式会社和田萬（大阪府大阪市）
世界に本当のおいしさを届ける「世界一焙煎」技術

【公益財団法人 食品等流通合理化促進機構会長賞】

- 一般財団法人北海道食品開発流通地興（北海道函館市）
北海道産品の海外販路を開拓し輸出をサポート
- 株式会社 epoc トレーディング（東京都港区）
仕入・輸出入・現地販売をグループで一貫流通！
- 奥飛騨酒造株式会社（岐阜県下呂市）
日本酒を気軽に楽しめる定番酒として提案
- さとの雪食品株式会社／四国化工機株式会社（徳島県鳴門市）
現地の食生活に合わせた製品開発を継続！

令和3年度（第6回）輸出に取り組む優良事業者表彰

農林水産大臣賞

- 飛騨ミート農業協同組合連合会（岐阜県高山市）
国内随一の品質管理で飛騨牛を世界へ届ける
- 明石酒類醸造株式会社（兵庫県明石市）
日本酒を知らない海外のローカル市場を地道に開拓
- 株式会社キョーリン（兵庫県姫路市）
高品質で安心安全な日本産ペットフード「Hikari」
- 株式会社フンドーダイ（熊本県熊本市）
戦前は天津とバンコクで製造、1995年再チャレンジ

農林水産省 輸出・国際局長賞

- 株式会社ダイショー（東京都墨田区）
現地の文化に沿う提案で日本の伝統の味を届ける
- 木村飲料株式会社（静岡県棒原郡吉田町）
顧客ニーズへの細やかな対応で自社ノウハウを構築
- カメヤ食品株式会社（静岡県三島市）
わさびを生産・加工・販売し、海外に刺激を届ける！
- 大京食品株式会社（京都府京都市）
品質重視の無添加商品を世界のヘルシー食市場へ
- 紀の里農業協同組合（和歌山県紀の川市）
海外市場を取り込んで農家の所得安定確保
- Japan potato株式会社（鹿児島県鹿屋市）
独自長期貯蔵技術で高品質の生芋を年間輸出

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構会長賞

- マルカイチ水産株式会社（北海道紋別市）
積極的な設備投資で工程自動化・付加価値向上
- 三幸製菓株式会社（新潟県新潟市）
日本で人気の米菓『雪の宿』シリーズを世界へ！
- 株式会社舞妓の茶本舗（京都府京田辺市）
多言語ECを構築し、輸出直販ラインを獲得
- オーケー食品株式会社（福岡県朝倉市）
独自の海外戦略でいなりあげの大量受注に成功

MEMO



農林水産省 令和4年度 農林水産物・食品輸出促進対策事業
農林水産物・食品の輸出対策
マーケットイン輸出ビジネス拡大支援事業（輸出に取り組む優良事業者表彰事業）

令和4年度（第7回）輸出に取り組む優良事業者表彰 事例集

令和4年12月発行

発行者

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

〒101-0032 東京都千代田区岩本町3-4-5 第1東ビル6階

TEL 03-5809-2176 FAX 03-5809-2183



1億人ではなく、
100億人を見据えた
農林水産業へ。



公益財団法人 食品等流通合理化促進機構
〒101-0032 東京都千代田区岩本町3-4-5 第1東ビル6階
TEL 03-5809-2176 FAX 03-5809-2183