



第2回 専門家が指南! 失敗しない輸出ノウハウ

2025年2月28日(金)
13:00~14:00

パネラー

飯田 顕成 氏 (株式会社ローヤル 執行役員)
中正宏 氏 (株式会社KM International 代表取締役)

聞き手

近藤 卓志 氏 (生鮮食料品流通業界誌編集委員)

輸出開始への取り組みのステップ

写真・動画を活用した資料を用意しておくこと

【中】次の6つのステップで戦略的に進めることが肝要。①まず、なぜ輸出なのか、輸出が必要なのかをしっかりと見据えること。②SWOT分析で自社の強みを分析し可視化すること。③しっかりと輸出事業計画を作り戦略を練りながら取り組むこと。④まずこの国・地域、次はここ、という具合にステップを踏んで進めていくこと。⑤口頭で伝えるのは限界がある。写真や動画も加えた資料を用意して商談会、展示会に臨むこと。⑥商談会、展示会では成約につながるクロージングが大切だ。そのためのコミュニケーションにはLINEやWhatsAppなどのSNSが欠かせない。

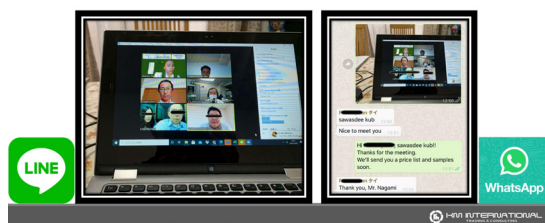
【飯田】当社での取り組みに則してお話する。貿易では後発だが、アジア唯一のB2Bの国際見本市「Asia Fruits Logistica」にフルーツや京野菜を中心に出席することで、大きな成果が得られた。現状、青果物に関しては、りんご、ぶどう、いちご、かんしょ、長いもの5品目で輸出額の8割を占めている。輸出先では香港のウエイトが高いが、富裕層の国外移住、経済の落込み、処理水問題等で他国、特に台湾へのシフトを迫られている。ただ、農薬基準・燻蒸などの課題があり容易ではない。

取り組み事例から学ぶ

展示会後はSNS等で相手をフォローアップ

【中】中東に柚子を持ち込んだ際、全く知られていないことに驚愕したが、食品としての特徴や差別化ポイントをしっかりと説明することで理解してもらうことができ、商談へとつながることができた。
・展示会などでは出展者が多いので、試食では高評価が得られてもすぐに忘れられてしまう。台北でのある展示会では、海上が狭く試食も説明も立ったままで、その場は盛り上がりつつもそれで終わってしまう。そのため、一つ一つの商談をメモに取り、優先順位をつけてSNS等でフォローアップすることで、商談を進めることができた。

③ 成約に向けてのフォローアップ



・我々の「おいしい」が相手先の「おいしい」とは限らない。タイでの柚子の商談で「柚子コーヒー」が好評と知った。日本人の味覚には合わないが、相手先の嗜好を知ることが輸出向け商品をつくる際には大切だ。輸出先を検討する際に、ジェトロの海外事務所などから現地の情報を事前に仕入れるなどリサーチを行うことが必須となる。

【飯田】海外ではまだまだ知名度の低い京野菜をPRした。香港での展示会では食いつきが悪く、「京野菜」の「京」を北京産、中国産と誤解されているのではとの話もあった。

・次の展示会ではホットプレートを持参し、会場で簡単な調理をし

て提供した。匂いにつられ客足が伸びたようで、好評だった。その後、3年ほど売上は順調に伸びた。

・香港のスーパーではフェアを開催し、販売ディスプレイ常設などを実施した。シンガポールのイベントでは、現地の日本人シェフによる調理デモ・試食で現地バイヤーにアピールして、成果につながっている。

輸出に係る取り組み紹介 京野菜フェア in 香港

香港現地インポーター様とABCクッキング様にご協力
頂き京野菜フェアを実施しました。

- AEON STYLE Kornhillにて京野菜フェアを実施
- 九条ネギや大黒本めし等の京野菜を常時販売頂く
- 今回は夏野菜である万願寺甘とうを使用した料理を披露!

代表的な京野菜である
万願寺甘とうを香港のスト
リートフードである煎釐青椒
風にアレンジして試食提供。



アドバイスと支援策紹介

できれば現地を訪れ、価格・市場動向を把握しておく

【中】まず、農水省や経産省、あるいは各都道府県やジェトロなどの窓口相談し、支援を受けるのが最初のステップだと思う。無料で受けられるサービスも多いので、活用すべきだ。

・商品の良さをどう伝えるかが大切だ。フェアなどに参加するなら、商品とともに自社や産地などについてもしっかりと紹介し、爪痕を残すこと。

・近年は体にいいもの——添加物がないか、認証を取っているか、地域によっては動物性の成分が入っていないか、などを問われる。東南アジアでもその傾向が高まっていると感じる。

・バイヤーからは、商品のストーリー性——「おいしい」の背後に秘められているもの、どんなバックグラウンドがあるかを聞かれることが多い。どんな食品、食材と合わせると良いかについてもしっかりとアピールしたい。

【飯田】輸出を行ううえでのリスクとしては、品質クレーム、相場クレーム、代金の回収、為替リスクなどさまざまある。品質については、現地で店頭と並ぶ時点で問題はないかが問われる。相場クレームも対応が難しい。入荷が集中し値崩れしてしまうケースで、こちらの手配ミスではないかと責任を問われることもある。

・代金回収については、初回取引で後払いが多いので、海外の信用調査会社を使って事前に与信の判断をしておくことが望ましい。

・台湾などでは燻蒸リスクといったものがあり、害虫がつかないよう燻蒸されることで品質劣化を起こす可能性もある。残留農薬基準値違反に問われることもあり、日本と基準値が違うことを事前に知った上で出荷するべきだ。

・こうしたさまざまなリスクへの備えが必要。間接輸出であれば国内で出荷するのでリスクを負わずに済む。

・輸入規制の厳しい国は参入ハードルが高いが、逆に入荷が多くないので値崩れなどのリスクは回避できる。いずれにしても、事前に現地を訪れ、価格動向や流通の実態などを把握しておいた方がよい。