

## 1. 輸出における現状と課題

### 【現状】

- ・輸出品目の特色と強み：抹茶、柚子、発酵食品など日本の輸出品目は、高品質・伝統製法・繊細な味わいが世界で評価され、健康志向とも親和性が高い。
- ・市場の成長と機会：世界の「スペシャリティ・ベーカリー」市場は2030年に679億ドル規模（年平均3.8%成長）に拡大見込みで、特に中国市場（年平均7.3%成長）が輸出の大きなチャンス。
- ・国内連携と課題：複数の国内メーカーと連携して「Wa!sozai」を設立し「日本ブランド」での販路拡大を推進中だが、多様な日本産原料を業務用市場に浸透させる仕組みは未確立。
- ・海外市場のニーズ：①中国：富裕層・中間層をターゲットに、健康志向、高品質・高級志向、多様な和素材フレーバー（抹茶、柚子など）への需要、オンライン販売がトレンド。  
②マレーシア：富裕層・中間層向けに健康志向やハラール認証品への需要が高い。

### 【課題】

#### （1）プラットフォームの構築

リソース確保と品質維持、多用途・多言語対応、コンテンツの継続的な制作

#### （2）販促支援、新規開拓先でのパートナー企業との関係構築

- ・中国：講習会・試食会といった「教育」を通じた継続的な販促の仕組み構築
- ・マレーシア：最適な輸入商社の選定と具体的な取引条件の合意形成

#### （3）商品開発・改良

輸入規制対応とバイヤーニーズに合わせた規格・パッケージ改良などの商品開発

## 2. 輸出事業計画の取組内容

### 【課題に対する取組内容】

#### （1）プラットフォームの構築

- ・2か国語（日本語・英語）でのコンテンツ制作のための予算・人的リソースの確保
- ・ウェブサイトコンテンツを他の販促ツールでも活用するためのデザインや規格の統一
- ・提携シェフとのコラボ企画等魅力的なコンテンツの継続的な企画・制作

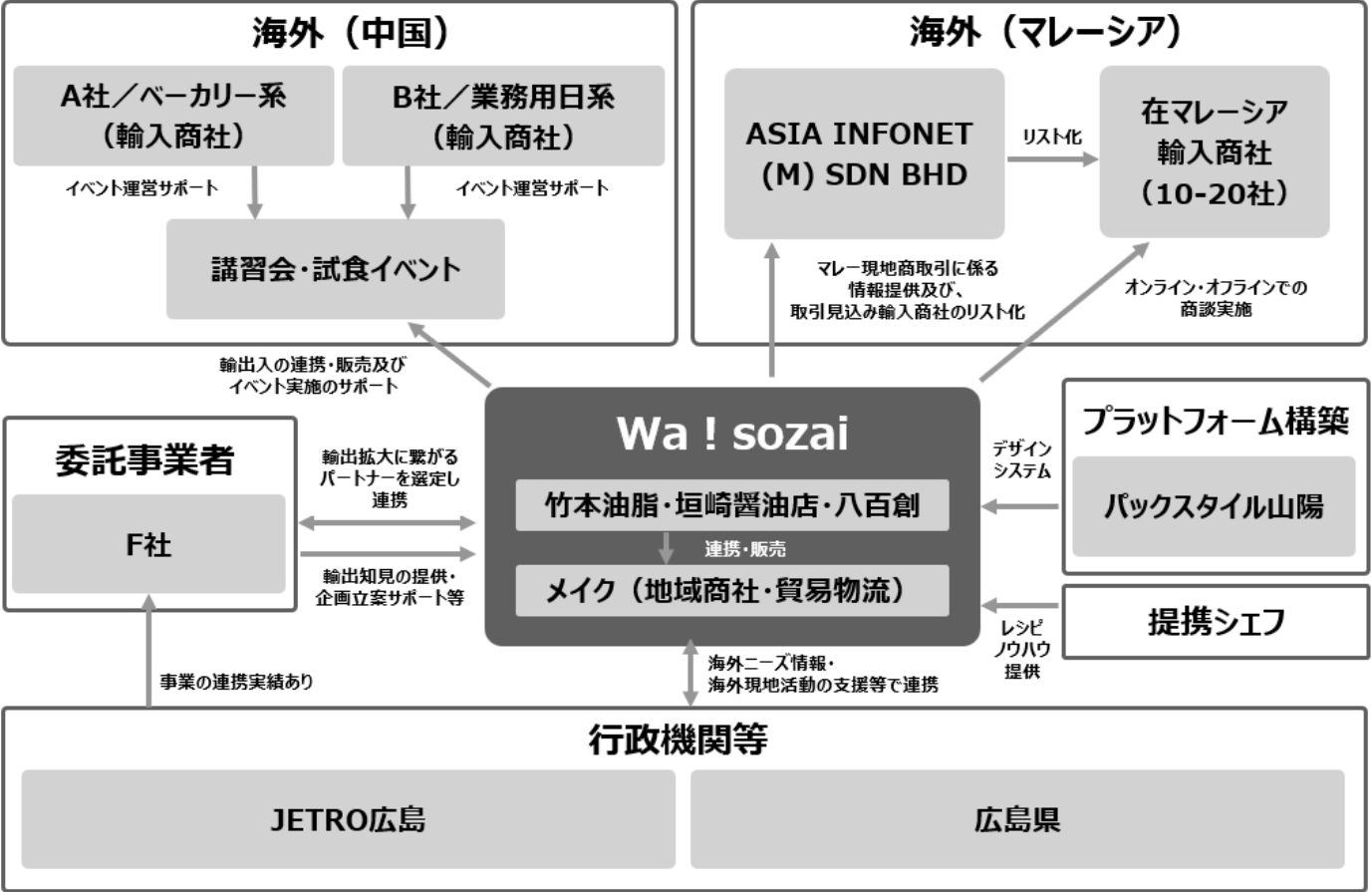
#### （2）販促支援、新規開拓先でのパートナー企業との関係構築

- ・中国の既存パートナーと連携した販促支援  
→試食会や有名シェフの講習会・試食会の実施
- ・試食会、講習会等の販促モデルケースの確立
- ・イベントを通して現地のシェフや料理学校講師等との関係を構築
- ・新規ターゲット国（マレーシア）での現地パートナーの開拓

#### （3）商品開発・改良

- ・販促活動等を通して得られた知見やバイヤーニーズに基づいた輸入規制対応、規格・パッケージの改良
- ・バイヤーの小ロット需要に対する各社の小口をまとめた輸出

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

加工食品	現状（令和6年度） R6年4月～R7年3月	目標年（令和10年度） R10年4月～R11年3月
輸出額(千円)	17,113	112,427
輸出量（kg）	7,797	49,873
輸出国先	中国、マレーシア	中国、マレーシア

※中国、マレーシアでの販路拡大と販売手法の確立を目指し、実績を積んだのちに他国への展開を検討