

輸出事業計画

※申請者名：微細藻類輸出拡大協議会、品目：栄養補助食品（国産微細藻類）

1. 輸出における現状と課題

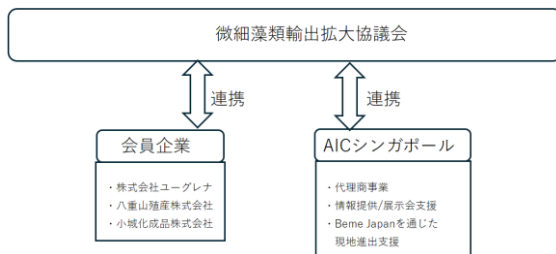
- ・ASEAN（シンガポール／ベトナム／マレーシア／タイ）で健康志向が高まり市場拡大
- ・各国で食品安全・機能性表示・表示言語等の規制が異なり、認証（FSSC22000／ハラール等）対応が必要
- ・微細藻類製品および構成企業の認知度が低く、現地バイヤー／代理店の開拓が課題

2. 輸出事業計画の取組内容

- ・展示会「Vitafoods Asia」（2025年9月）出展で製品訴求・リード獲得、商談を実施
- ・展示会後はメールフォロー／オンライン商談で継続接点を確保（1年以内にディストリビューター契約）
- ・AICシンガポールを共通の輸入・通関窓口として商流を構築（輸出契約・輸送手配は国内商社が担う）
- ・デジタル広告（Google／Facebook／Instagram）でシンガポール中心にプロモーション、指標（CVR・ROAS）で効果測定
- ・各国規制に合わせて表示（例：タイ語）・必要書類／科学データを整備し、順次展開

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

- ・P：開催2か月前に発送リスト作成・DM設計
（2025年7-8月／11-12月、2026年、2027年および2028年）
- ・D：展示会準備・出展
（Vitafoods Asia：2025年9月／Gulfood：2026年1月、2026年、2027年および2028年：出店先は未定）
- ・C：来場者フォローで継続商談
（2025年10-12月／2026年2-4月、2026年、2027年および2028年）
- ・A：市場フィードバックを反映し製品改善・広告最適化を実施
（2025年、2026年、2027年および2028年）



展示会は単年ではなく3年連続で出展することで認知・製品理解の拡大に繋がると考えています。連続で出展することで、運営やフォローアップの経験値が高まります。また、多くの見込客と接することで顧客ニーズや市場特性の理解も高まります。そのようなことからPDCAの精度とスピードを高め、より成約の確度を高められると信じて実施していきます。

4. 輸出目標額

（輸出品目：栄養補助食品（国産微細藻類））

		現状	目標年	備考
		（令和 8 年度）	（令和 9 年度）	全体（3品目合算）
東京都（事業実施地区）	輸出額(千円)	0	53,855	
	輸出货量 (kg)	0	2,401	
	輸出先国	—	シンガポール、ベトナム、マレーシア、タイ	
	生産量/取扱量 (kg)	0	2,700	