

1. 輸出における現状と課題

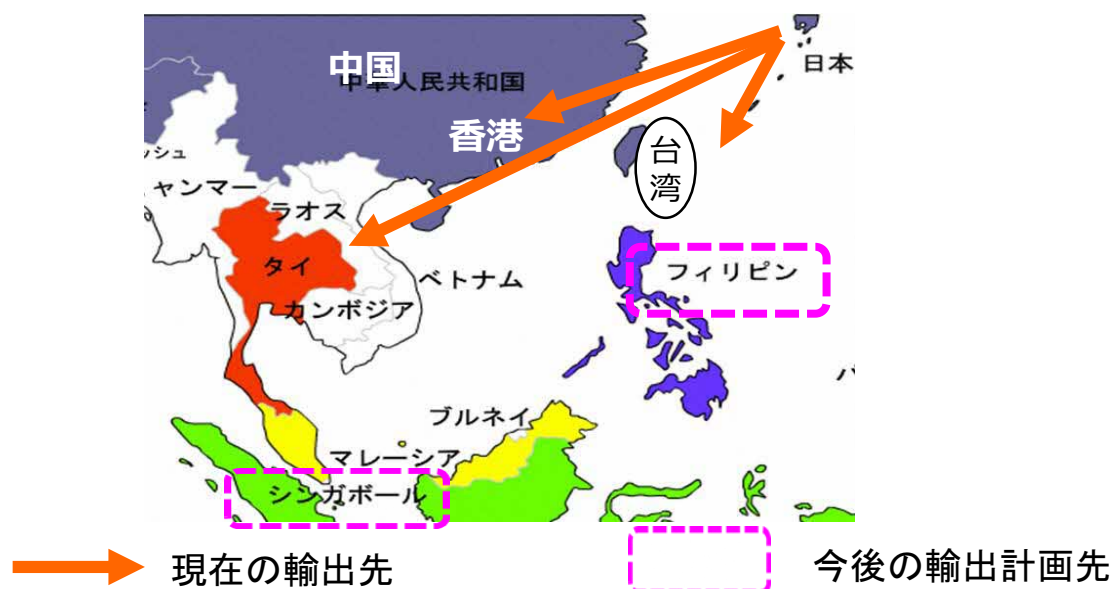
■現状

2019年からチルド牛乳を毎月定期的に台湾、香港に船便で輸出している。2022年度は中国のコロナ禍の拡大で台湾や香港向けの船便がしばしば大幅に遅延、あるいはキャンセルという大逆境下での輸出になったが現状維持すべく務めた。その結果、チルド牛乳のシェアは台湾では約45%、香港ではほぼ独占状態になっている。輸出額全体ではフィリピン向けホエイと脱粉の特需があったためほぼ10億円と急増(前年は3億円)した。個別商品では国内外共にチーズの拡販に注力しており台湾や香港向けの輸出も着実に伸びている。

	(21年度)	→	(22年度)
・チルド牛乳			
台湾	3.3千万円		3.0千万円
香港	6.6千万円		7.0千万円
・チーズ			
台湾	3.4千万円		4.4千万円
香港	1.3千万円		2.0千万円

■課題

- 船便での輸出は現地到着まで日数がかかる。チルド牛乳は配送コスト低減や到着までの日数に対応できるよう、賞味期限を現行の35日を45～47日へ伸ばす必要がある。
- 現地の所得水準に合わせた商品の開発が必要である。
- コロナ禍等の突発的な特殊事態に対応できるよう、物流対策が必要がある。
- 現地産や他国産の価格より高価となるため、コスト削減や販売戦略が必要である。
- 製造量を増やし、安定的に輸出を進めるため日本及び北海道産の牛乳と乳製品をPRし、販路拡大や認知度向上を図る必要がある。



2. 輸出事業計画の取組内容

■ 船便への対応と賞味期限の延長

- 牛乳充填機の最新モデルへの変更、新包材の採用、製造工程の見直し等を行い、チルド牛乳の賞味期限を現行の35日から45～47日への延長を実現する。
- 船便で輸出し易い賞味期限の長いチーズやバター、煉乳等の製造・販売を強化する。
- 配船会社の切り替えを柔軟に行う。

■ 北海道チルド牛乳及び乳製品の差別化とブランドの定着化

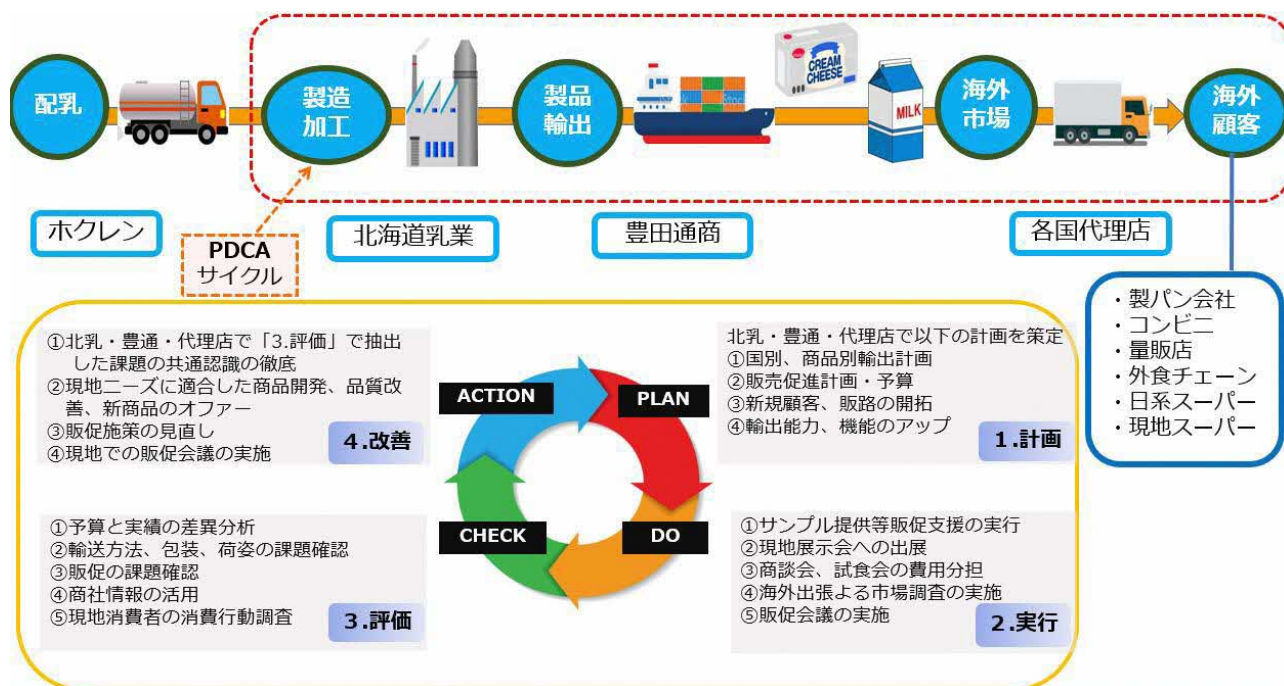
- LL牛乳及び欧米産やオセアニア産などの他国産牛乳との風味や味の違いを知ってもらい北海道チルド牛乳の認知度を高めるため、各国食品展示会等へ出展し、試飲を行うなど他の牛乳との違いを知ってもらう。
北海道産チルド牛乳のファンを増やす取り組みを行うことにより、販路拡大につなげて製産量拡大を目指し、継続的な販売や輸出拡大に取り組む。

■ マーケティングと新販路の開拓

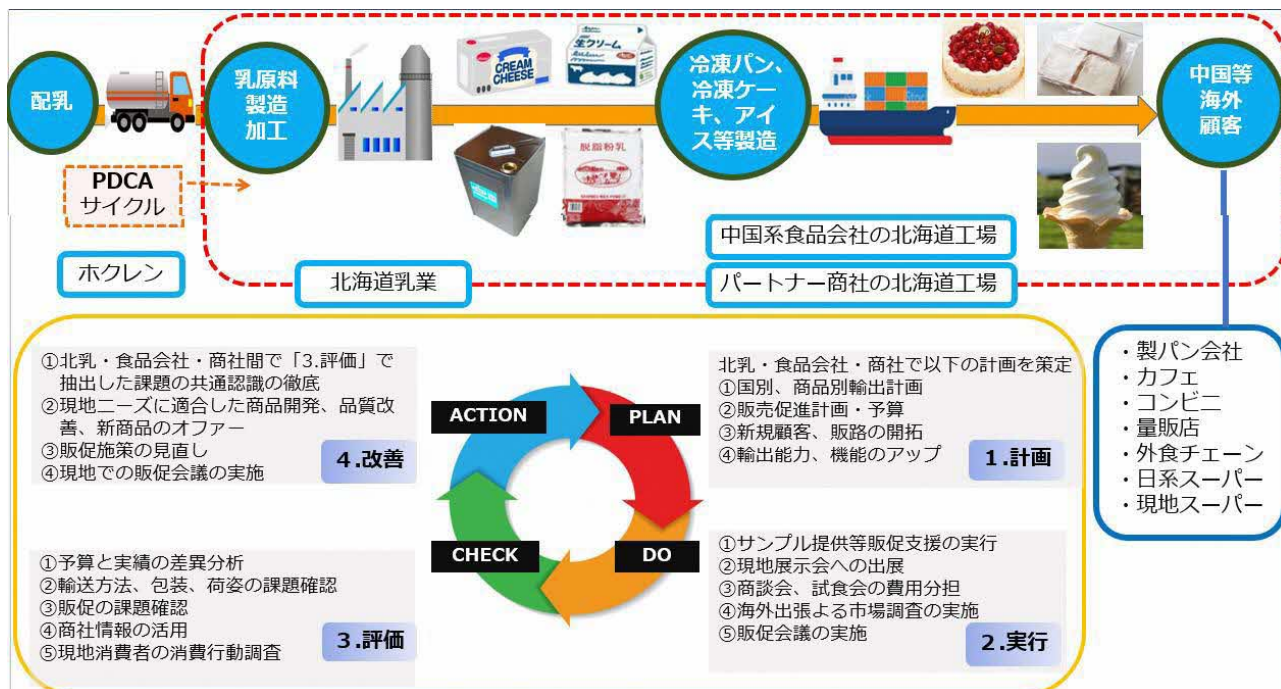
- 現地主要デパートの北海道展へ出展し、家庭層のニーズ把握を行い、継続販売につなげるためのPRや販路開拓を行う。
- 各種の現地フードショー等へ積極的に出展することにより現地の市場規模を把握し、現地資本流通への販路を開拓する。
- 現地所得水準に合う商品を作り、販路拡大に取り組む。



3-1. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制（実施中）



3-1. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制（計画中）



4. 輸出目標額

	現状（令和4年度）	目標年（令和7年度）	備考
輸出額（千円）	181,127	300,000	
輸出量（kg）	659,490	1,087,000	
輸出先国	台湾、香港、タイ、フィリピン	台湾、香港、タイ、シンガポール、フィリピン	