

輸出事業計画

※申請者名：株式会社シーアンドイー

品目：日本酒、清涼飲料水、米菓

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- ・ 在留中国人の方が日本で生活している中で中国本土の家族や友達にも食べて欲しいと思う商品情報を「WeChatミニプログラム（SNSを活用した独自システム）」にて取得している。ここから得た情報により、人気の高い商品を仕入れ、在留中国人の口コミと共に中国本土に輸出を行っている。
- ・ 2021年9月から本格的に中国本土への輸出を開始しているが、輸出者、輸入者及び販売者がグループ会社である為、現地の声を活かした商品仕入れから開発までをスピーディーに行うことができている。
- ・ 中国では、日本酒やジャパニーズウイスキー、清涼飲料水、米菓をはじめ、日本の加工食品のニーズが年々高まっている。コロナ禍においても、一般貿易に加え、在留中国人による代理購入や越境ECを通じて日本の加工食品が中国本土で流通しており、人気の高さがうかがえる。

【課題】

- ・ 食品添加物のポジティブリストチェックに大変な労力がかかる状況である。また、HSコードにより、使用量制限が異なっており、複雑である為、中国の港に到着した後、中国側を通関できずに商品を廃棄する事例も多数発生している。
- ・ 日本で売れているモノをそのまま輸出してもうまくいくとは限らず、パッケージデザインやブランドストーリーの打ちだし方、価格設定の検討が必要であり、マーケットインの発想を取り入れた戦略が必要である。
- ・ 中国国内のスーパーでは一般的に、輸送コスト、関税、増値税の積み重ねにより、日本での小売価格の1.6～1.8倍の価格で販売される為、その販売価格に価格競争力があるか、また、付加価値を提供できているのかを考える必要がある。

2. 輸出事業計画の取組内容

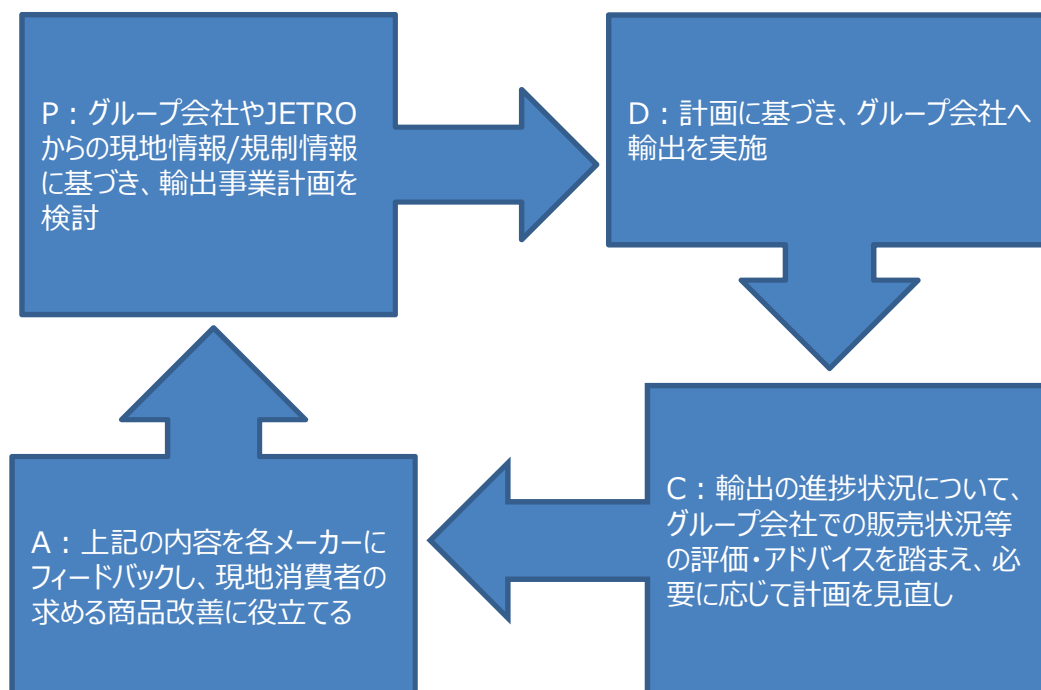
- ・ 下記の取組により、製造から通関までをサポートすることにより（廃棄リスクを減らし）確実に輸出できる状態にすることができる。
 - 2023年3月には、食品メーカー向けに、食品添加物のポジティブリストを簡単に検索できるプラットフォームを構築し、商品開発時から海外展開を見据えた商品を製造できるサポートを行う。
 - 2024年3月には、食品表示ラベルのスキャンにより、使用量制限の通知や禁止添加物をハイライト表示するアプリケーションを開発予定である。加えて、2025年3月には、上記のアプリケーション利用により、禁止添加物があった場合、ポジティブリストにある他の食品添加物の提案までを行う拡張機能を持たせる計画である
- ・ 弊社のWeChatミニプログラム（在留中国人の方が日本で生活している中で中国本土の家族や友達にも食べて欲しいと思う商品情報を発信する、SNSを活用した独自アプリケーション）には、数万人の登録者があり、現在は口コミ情報を集めている。
 - 2023年3月には、このアプリケーションを活用し、食品メーカーから預かったサンプルを登録者に配布し、デザインや価格に対して意見を収集できる機能を持たせる計画である。このテストマーケティングにより、マーケットインを取り入れた商品投入が可能になる。
- ・ 日本での小売価格の1.6～1.8倍の価格でも購入するシーンはギフトシーンだと考えており、2025年3月には、在中日本人約180,000人（JETRO発表）向けに、ビジネスやプライベートでのお祝いのシーンで利用できるECサイトを立ち上げる計画である。

輸出事業計画

※申請者名：株式会社シーアンドイー

品目：日本酒、清涼飲料水、米菓

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

【日本酒】	現状 (令和3年度)	目標年 (令和7年度)	【清涼飲料水】	現状 (令和3年度)	目標年 (令和7年度)	【米菓】	現状 (令和3年度)	目標年 (令和7年度)
輸出額 (円)	5,500,000	35,000,000	輸出額 (円)	1,200,000	12,000,000	輸出額 (円)	0	100,000,000
輸出量 (KL)	3.6	20	輸出量 (t)	2.1	21	輸出量 (t)	0	60
輸出先国	中国	中国	輸出先国	中国	中国	輸出先国	中国	中国

- 令和7年度までに3品目で輸出額1億4700万円を目指す。
- ターゲットは引き続き中国とする。