

輸出事業計画

※申請者名：マザーズコンソーシアム 品目：牛乳・乳製品

1. 輸出における現状と課題

(1) 現状

当コンソーシアムで取り扱う、ロングライフ（LL）乳製品は、保存性の高さに着目し、2007年2月より輸出を開始。現在は、香港、台湾、シンガポール、タイの4か国・地域に輸出を行っている。近年、輸出量は堅調に増加してきており、昨年度は一昨年度に比べ2倍に増加している。

(2) 課題

輸出量が堅調に推移している中、更なる輸出拡大を図るためには、配荷店舗の拡大に向けた、積極的なPR活動が必要。新型コロナウイルス感染症の影響により、外食需要が減退する中、ECサイトでの販売促進に向けた取り組みも求められる。

2. 輸出事業計画の取組内容

輸出拡大に向けた取り組み

1. 香港

ECサイト、日系量販店、地元大型量販店を中心に販路拡大中。2021年度については地元中・小規模量販店への導入及び小規模カフェへ導入することにより売上増を図ることが出来た。広告宣伝として、地下鉄広告の掲載を行い更なる「大阿蘇ブランド」の浸透を図った。香港においては、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い巣ごもり需要が高まっているため、ウーバーイーツ等の利用客をターゲットとしたSNS広告を利用し更なる売上拡大を図る。

2. 台湾

現地の日系スーパーを中心に販売を行っており、多くの品目を販売している。既存取引先については販促物を作製するなど更なる売上の底上げを図る。

3. タイ

現地の日系スーパーを中心に販売。GMP証明書の問題で一時輸出がストップしたが1月にGMP証明書を取得し輸出を再開。新たな商品の提案を行い売上増を図る。

4. シンガポール

日系百貨店での販売を実施していたが、発注リードタイム等の問題で現在、輸出はストップしている状態。新たな商社を通じた輸出を検討中。

5. その他

アジア、東南アジアを中心に新たな輸出先を検討中

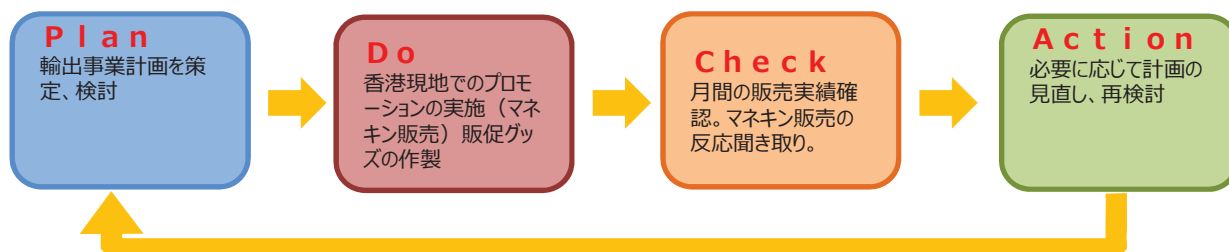


輸出事業計画

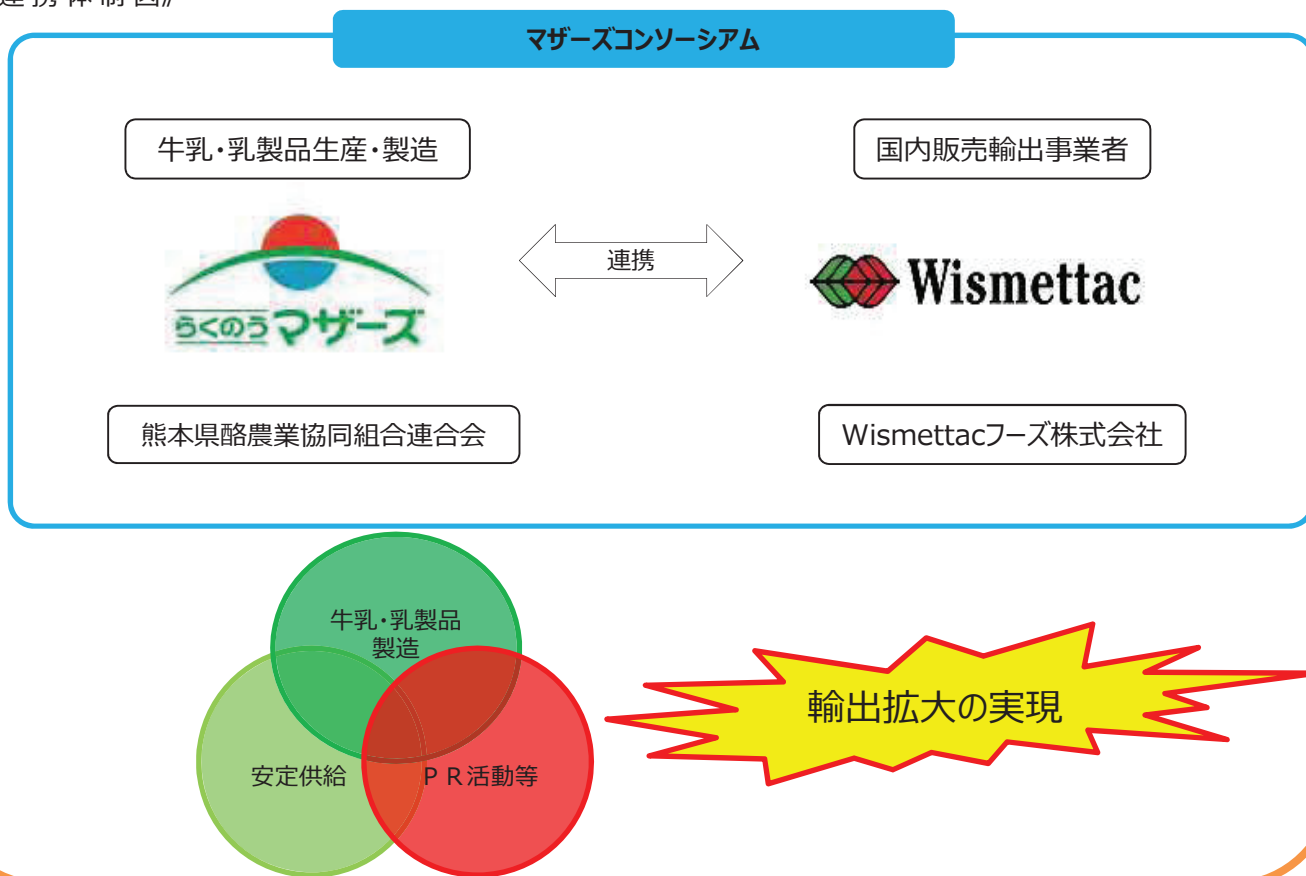
※申請者名：マザーズコンソーシアム 品目：牛乳・乳製品

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

《PDCAサイクル図》



《連携体制図》



4. 輸出目標額

現状の輸出額は約1.3億円である。主な輸出先である香港市場においては新型コロナウイルス感染拡大に伴いECサイトでの需要を狙う。更に現地の地元法人の量販店への導入推進、小売り以外においても業務用として外食産業にアプローチをかけていくことで約2.9億円を目指す。

なお、香港以外の国と地域については、新規拡売を行い導入先の増加及び取扱品目の増加を狙う。

	現状（令和2年）	目標（令和5年）
輸出額（千円）	135,719	209,300
輸出量（t）	801 t	1,200 t
輸出先国	香港、台湾、タイ シンガポール	香港、台湾、タイ シンガポール