

輸出事業計画

※申請者名：有限会社ワールドリンクス

品目：加工食品・菓子・日本酒

1. 輸出における現状と課題

【現状】

ブラジルはポルトガルをはじめ、日本やイタリア、アラブ系、アフリカ系の移民の歴史があり、様々な食文化が根付いているため、日本食品も受け入れられやすい環境である。すでに手巻き寿司専門店やラーメン店が多く、また、移民した日本人が醤油や味噌、日本酒等を現地で製造しており、スーパーマーケットのオリエンタルコーナーでも日本食品の現地製造品が並んでいるため、他国と比べると日本食品に対して比較的馴染みがある。

【課題】

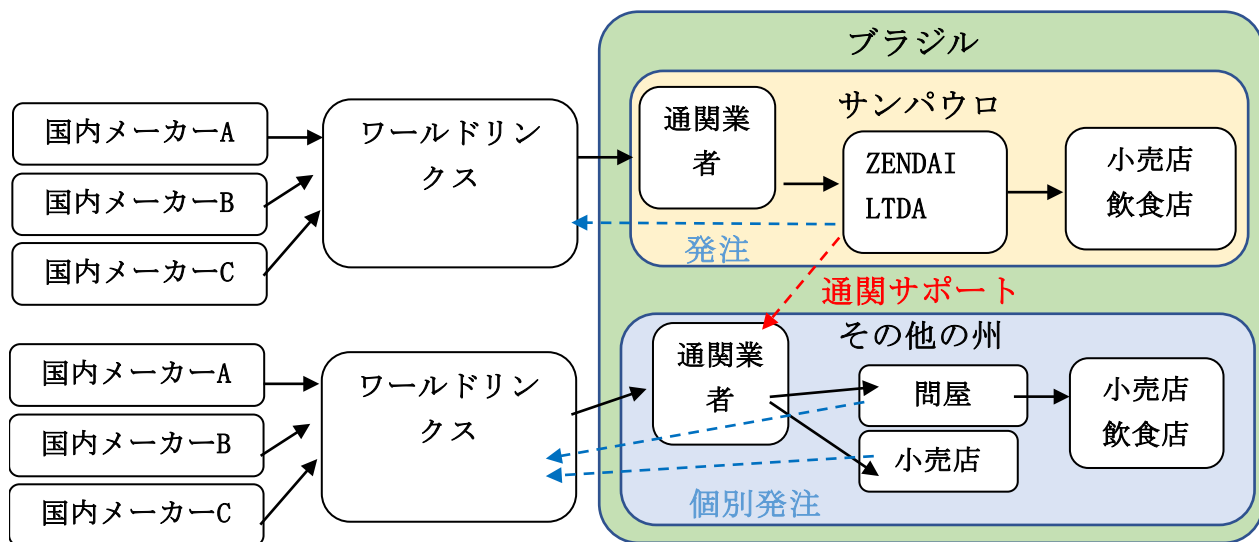
○日本での製造から現地のサンパウロ州の顧客に届くまで約3～4ヶ月程度かかる。さらに日本の22.5倍の広い国土のブラジルでは国内輸送にも時間を要するため、リードタイムが長くなってしまい、賞味期限の短い商品は輸出できない。

○ブラジルは国土が広いので、国内輸送費が高いことに加え、複雑な税制度により、商品が州をまたぐことによって課税されるため、サンパウロ州以外での販売価格が高くなってしまふ。また、サンパウロ以外の州の二次問屋や小売店はコンテナ単位で輸入する程の販売力を保持していないため、サンパウロの輸入者を經由して輸出するしか方法がない。

○中国・韓国系商品との競争があり、日本の商品を模した中国製や韓国製のものととの価格競争に勝てない。

2. 輸出事業計画の取組内容

○サンパウロ州以外の地方の商流について、サンパウロ州を經由せずに、地方の二次問屋や小売店向けに直接輸出するために、ワールドリンクスと地方の顧客をつなぐBtoBのプラットフォーム（発注システム）を開発する。



○地方の顧客がそれぞれ個別に発注・集計し、コンテナ1本分の数量がまとまり次第、ワールドリンクがコンテナを仕立て輸出する。通関は経験のあるサンパウロの輸入業者がサポートを行い、通関が切れたら、各お客様へ商品を分配する。これにより、輸送期間の短縮や、輸送コストの削減によって、末端価格を下げることができ、日本食の販路が広がると考えられる。

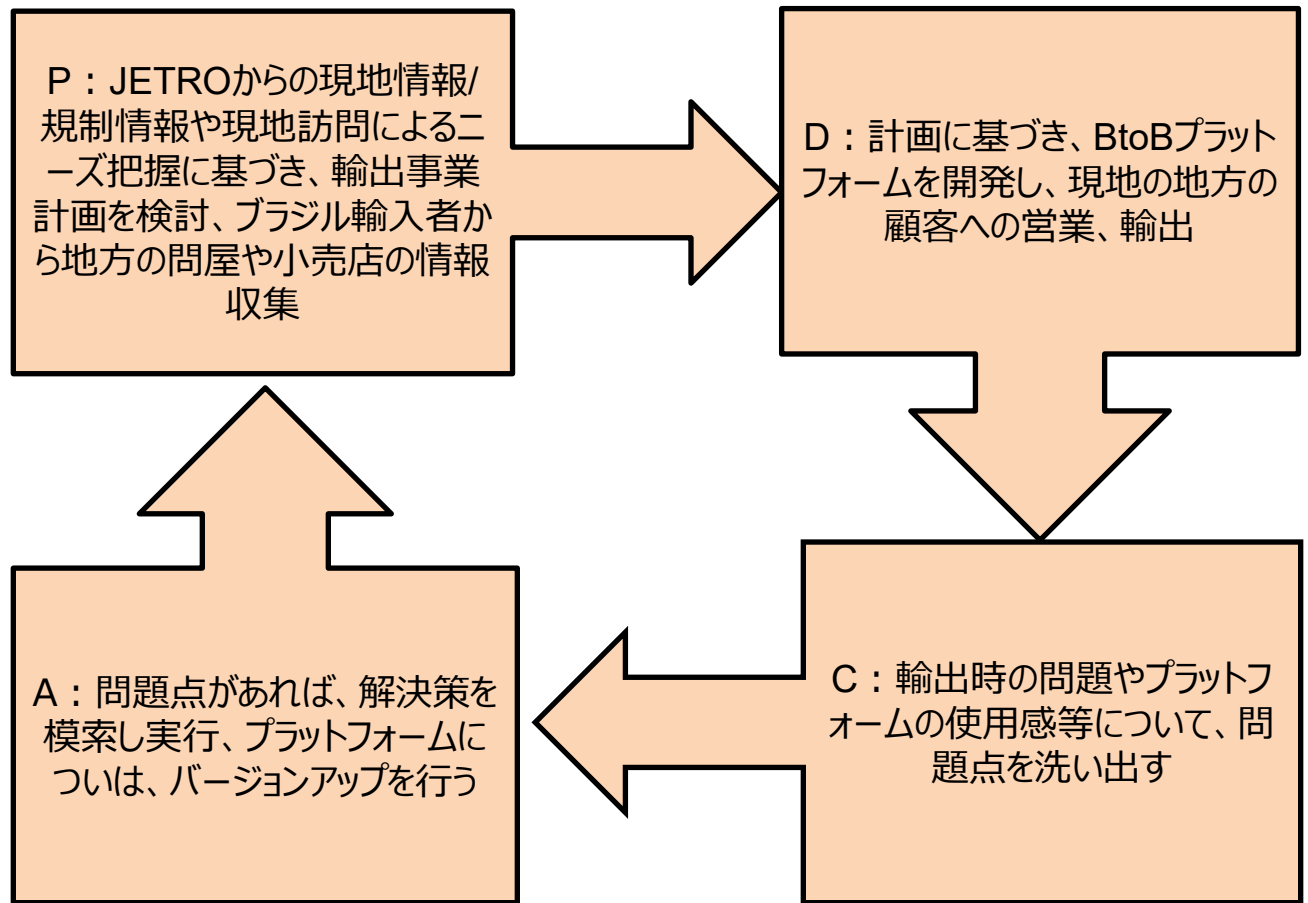
○中国や韓国製の日本食品には価格では勝てないため、日本ならではのフレーバー、品質等で他国製の商品とは差別化できる商品を提案する。ただ、それだけでは売れないので、試食を繰り返して行う。

輸出事業計画

※申請者名：有限会社ワールドリンクス

品目：加工食品・菓子・日本酒

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

品目：加工食品・菓子・日本酒	現状 (令和3年度)	目標 (令和6年度)
輸出額	1億3,230万円	2億490万円
輸血量	175t	261t
輸出先	ブラジル、アルゼンチン	ブラジル、アルゼンチン