

事例紹介

地場産品輸出販路開拓プロジェクト ～四国発の食品輸出ルート確立～



愛媛県西条市産業経済部ものづくり支援課産業情報係 係長
辻中 健史

はじめに～西条市の紹介～

西条市は、四国の中心に位置し、西日本最高峰の石鎚山（1,982m）や自然豊かな瀬戸内海に面している市です。

西条市の中心部では、15m～20mのパイプを打ち込むだけで、良質且つ豊富な地下水が湧き出してきました。その自噴水は「うちぬき」と呼ばれ、飲料水や農業などに活用されています。本市が「水の郷」と呼ばれる所以であり、環境庁（現環境省）「名水百選」や「国土庁（現国土交通省）の「水の郷」に認定され、平成7年と8年には全国利き水大会で2年連続日本一のおいしい水に選ばれるなど、その美味しさが認められています。

また、臨海部の埋立地を中心に、多くの企業が立地しており、平成22年の製造品出荷額は8,114億円となるなど、四国屈指の工業集積を誇っています。

一方、四国一の経営耕地面積（4,953ha）を有する農業が盛んな地域でもあります。全国一の生産量を誇る裸麦やあたご柿、春の七草のほか、水稻、ほうれん草、アスパラガス、きゅうり、キウイフルーツ、いちごなど、多くの農産物を生み出す農業都市となっています。



西日本最高峰「石鎚山」

取り組みの背景～総合6次産業化へ向けた取り組み～

西条市は、この豊かな生産基盤を活かした第1次産業を軸として地域産業の発展を図ることが、本市の地域雇用の創出と地域経済の活性化を図る上で、極めて重要な取り組みであると考え、第1次産業に他産業のノウハウを取り入れた収益性・生産性の高いビジネスモデルの構築と地域内において生産・加工・流通が一体となった仕組みを構築する「総合6次産業化」を推進する取り組みを進めています。

その一環として、以前より、農産品や加工品等の地場産品の京阪神等都市圏を中心とした国内販路開拓と地域ブランドの構築に力を入れていましたが、地域産業を将来に亘り持続的に発展させていくためには、少子高齢化による人口減少や海外輸入品の増加等を考慮した場合、国内のみならず輸出販路の拡大が重要であり、特に、経済成長の著しい東アジアにおける海外需要を掴んでいく必要があると考えました。

そこで、西条市が3分の2を出資する第3セクターの地域産業支援機関である(株)西条産業情報支援センター（以下「サイクス」）が中



タイ国への視察団派遣時の様子

心となり、海外への食品輸出を行う企業による研究プロジェクトが発足しました。平成18年度には、サイクスが財団法人貿易研修センターの補助を受け、タイ国への地場産品の輸出に向けたマーケット調査を実施し、市内企業等からなるタイ国への現地視察団を派遣したことから取り組みが始まりました。

四国発の輸出ルート確立を目指して

食品輸出については、首都圏や関西圏の輸出商社を経由した間接輸出が主流ですが、これは、地域にとっては輸送コストの面等で不利であり、また地域の食品メーカー等も海外展開に関する経験やノウハウが不足しているのが現状です。

そこで、当プロジェクトのメンバーであり、主業である海運貨物取扱業のノウハウを活かして食品輸出事業への新分野進出を目指す芙蓉海運(株)が国内貿易窓口を担い、当初より協力を得ていた、タイ国内での日本食品販売網を有する現地輸入商社（以下「現地パートナー企業」）とのネットワークを強化し、四国からの直接輸出ルートを確立することを目指しました。また、四国側の輸出体制については、中小企業単独では難しい海外進出を、貿易商社、食品メーカーや農協、市、サイクス等との西条市域にとらわれない四国圏域での連携により実施することで、官民一体の「SHIKOKU JAPAN」ブランドとして、新たなビジネスチャンスの創出を図りました。

このように、海外輸出事業が物産フェア等の行政による単発のイベントを繰り返すことに終始するのではなく、芙蓉海運(株)を窓口とする四国側の輸出促進体制とタイ国で強力な

販売促進網を有する現地パートナー企業とネットワークを確立させることにより、地域食品メーカー等の海外進出のハードルを下げ、青果、加工品、水産品等の四国産品をワンストップで海外市場へ送り込む「四国発の直接輸出ルートの確立」を主目的として取り組みました。

取り組みの経緯

平成19年度には、営業活動を本格化させるため、芙蓉海運(株)が同社内に貿易部を設置、西条市・サイクスからの事業支援を受け、地域における輸出窓口としての機能確立を図り、平成20年度には、現地パートナー企業の協力により、タイ国で最大規模のサイアムパラゴンデパートにて四国産品をメインとしたフェアを開催しました。その間も芙蓉海運(株)では、四国からの直接取引を求めるため、販促イベントの出展時に限らず、貿易部門専従の営業マネージャーが何度も現地に足を運び、現地の人々の食生活や味の好みを把握するとともに、積極的な営業活動・アピールを継続しました。

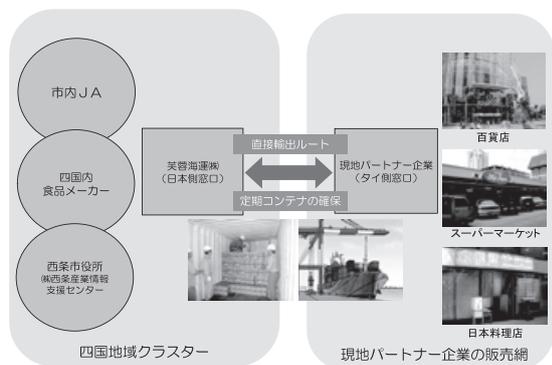
現地の日本食品ユーザーは既に日本側の窓口となる輸出企業を固定化していることが多く、新規参入により、地方から商材を集めて



バンコク「サイアムパラゴン」での四国フェアの様子



コンテナでの初出荷の様子



連携体制のイメージ

特集 海外へ売り込め！

地域資源を活用した海外販路開拓

海外への直接輸出ルートを開拓することは困難を極めました。が、継続的な販路開拓などの取り組みから現地パートナー企業との信頼関係が構築され、事業開始から3年目となる平成21年4月、タイ国向けコンテナ便による定期輸出が実現しました。

(主な事業経緯)

- 平成18年 ・ 国際経済産業交流事業に採択、視察団を派遣
- 平成19年 ・ タイ（バンコク）での日本食フェアに出品
- 平成20年 ・ 四国フードフェア開催
 - ・ 農林水産省輸出促進対策事業に採択
- 平成21年 ・ バンコク市内5店舗にて柿フェア開催
 - ・ 四国味巡りフェア開催
 - ・ タイ向け定期コンテナ便での輸出開始
 - ・ 四国フルーツフェア開催
- 平成22年 ・ バンコクメニュー提案会（展示商談会）に出展
 - ・ 経産省・農水省「農商工連携ベストプラクティス」に選定
 - ・ 商社機能の受け皿として別会社の石鎚商事(株)設立
- 平成23年 ・ 愛媛県の輸出事業に採択され、香港・台湾へも販路拡大
 - ・ SHIKOKU柿フェア開催
 - ・ バンコクメニュー提案会（展示商談会）に出展

※以後も輸出販路開拓に向けた積極的な事業を展開している。

取り組みのポイント

メーカーブランドの商品を大量に輸出する大手商社に対しては、コストで勝負すれば太刀打ち出来ないが、現地のニーズを把握し、地場商材に魅力的なバリエーションを持たせるなどして、きめ細かくニーズに対応することで切り込んでいく。こういった提案型の営業の継続とフォローを徹底する事により、現地パートナー企業との信頼関係が一層深まり、

安定したビジネスに繋がっていく。このニーズのキャッチと信頼関係の構築は、当然のことではあるが容易に出来るものではなく、輸出事業を推進していく上での重要なポイントであると言えます。

また、地域の食品メーカーとのコミュニケーションを密にし、ともに現地を訪れ、市場動向やニーズを知り、ともに商品開発から販売までの戦略を立てる。このように、メーカーと一緒にあって、輸出事業そのものを大きく育てていくような商社は極めて稀であり、地域商社でなければ不可能な営業活動であろうと考えています。

一方、行政や支援機関としては、新規事業であることから、取り組み開始当初は前面に出るとともに、事業費の確保や行政区域にとらわれない連携体制を構築することで、円滑に事業をスタートさせることにハンズオンで取り組み、主となるプレイヤーがノウハウを蓄積していくに従って後方支援に徹し、企業ベースでの「動きやすい」環境を提供することに努めました。



業務店や小売店等に直接商品提案・販売が可能な「メニュー提案会」

輸出によるプラスの効果等

このように、事業スタート時は、西条市が旗振り役となり、強力な推進体制のもと、地域商社の育成と現地パートナー企業とのネットワーク強化を進め、その進捗状況等を見極め、企業による自立した取り組みとなるよう後方支援をしたことにより、当初の主目的であった「直接輸出ルートの確立」が実現しました。

また、今回の食品輸出事業を実施したことにより、現地パートナー企業への輸出ルート

が確立されたことで、四国産品の販路が拡大したことに加え、様々なプラスの効果が出ていると考えています。

例として、まずは新規参入の食品メーカーにとっては、輸出する側も輸入する側も一定のリスクが発生しますが、地域商社と連携することにより、テストマーケティングを行うことができるため、今後の商品開発に資する情報を入手することが出来ます。

次に、実際に現地を訪れることで、エンドユーザーや消費者のニーズを知り、売れる商品の開発に活かすというマーケットインの重要性を再認識する機会となっています。

更には、食品メーカーが物流（長期輸送）・販売までを意識した取り組みを行うことで、商品開発から販路開拓、プロモーション、表示等による消費者への訴求まで一貫した取り組みへの意識が強まったと考えています。

今後の展望

タイ国への輸出実績ですが、加工品をメインに水産品など多様な商品が輸出されており、現地の商品と比べると高額なものもありますが、品質の良さから、日本料理店や日本食スーパーなどで支持され、競争が激化する中でも、順調に輸出額を伸ばしてきています。

とりわけ平成23年期は、原発事故による風評被害やタイ国での洪水被害等により、苦戦を強いられる時期はありましたが、輸出額約4,560万円と平成22年期を上回る実績をあげ、平成24年期は半期終了時点で既に前期を上回る輸出額となっています。

現在、同社では、食品輸出部門を独立させ、専門化するための別会社として、石鎚商事株が設立されており、専任社員1名が雇用され、輸出部門の自立化と更なる拡大を目指した取り組みを進めています。また、愛媛県からの支援を受け、香港・台湾への販路開拓にも取り組み、更なる実績を積み上げています。今後は、体制の充実化と更なる販路拡大、輸出有望商品の発掘・育成を目標に展開していくこととしています。

一方、地域としては、課題も残りました。西条市の特産品である「あたご柿」をはじめ

とする青果物については、継続的な販売促進やコンテナによる輸送実証等にも取り組みましたが、品質保持や価格面等の課題があり、継続した輸出には至っていません。

品質保持や輸送方法等の技術面の課題を解決することに加え、出荷側の意識改革や、更には成功事例等から学ぶことなどにより、積極的な海外販路開拓の意志と商品開発力・販売力を有する市内企業を育成することが、青果物の輸出だけではなく、地域全体にとっての重要課題であると考えています。

おわりに

日本のマーケットが縮小する中、アジア地域は今後も成長が見込まれ、その外需を成長の糧として取り込んでいく戦略は今後ますます重要性が高まっていくものと考えています。

今、全国各地で地場産品の海外販路開拓に向けた取り組みが進められています。取り組みの中で、QCDの強化は当然必要なことではありますが、同社営業マネージャーは「『やる気』と『熱意』があれば、必ず道は開ける」と断言します。私自身は、本事業を担当させていただいたのは、平成21年度からですが、当初の開拓時から携わっている営業マネージャーをはじめ、食品メーカー経営者や営業担当者、当時の市担当者、その他関係企業等の方々の『やる気』と『熱意』があったからこそ結果が伴ったものと、頭が下がる思いを感じているとともに、肝に銘じている言葉であります。

今回の事例紹介が、今後、地域産品の輸出を目指される方々にとっての参考になれば幸いです。

著者略歴

辻中 健史（つじなか・たけし）

昭和50年愛媛県周桑郡小松町（現在の西条市小松町）生まれ。平成6年愛媛県立西条高等学校、11年愛媛大学法文学部法学科卒業、同年西条市役所に入庁。生活環境課、高齢介護課、商工観光課を経て、18年から20年の3年間は西条市大阪事務所に配属。21年4月より現職。現在は、主に中小製造業の事業支援を担当。

愛媛大学地域再生マネージャー、JBIA シニアインキュベーションマネージャーの認定資格を保有。