

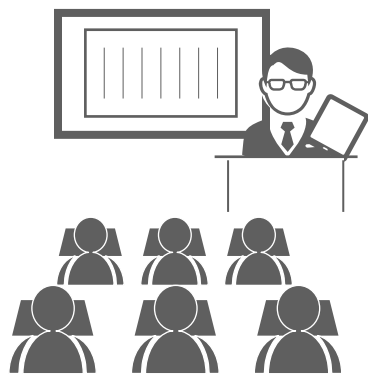
第1期 GFP輸出塾 ～全体像

各社に合う輸出スタイルの検討を行った上で、グループワークを通じて輸出ビジョンの明確化・商談資料のブラッシュアップ・模擬商談を行い、商談成立を目指す。

第1期 GFP輸出塾（全3回）

全体セミナー

輸出の実践知識・自社に合う輸出スタイルの明確化



- 自社に合った**輸出スタイルを検討**するための情報を**全体セミナー形式**で提供
 - ✓ 輸出ビジョンの立案方法
 - ✓ 輸出の流れ・対応事項
 - ✓ 輸出マーケティングの考え方
 - ✓ 商品ブランディングの考え方
 - ✓ 買手にうける商談手法 等

グループワーク

グループワークを通じた知識定着・商談準備

グループワーク



→輸出ビジョン検討
→商談資料作成

模擬商談



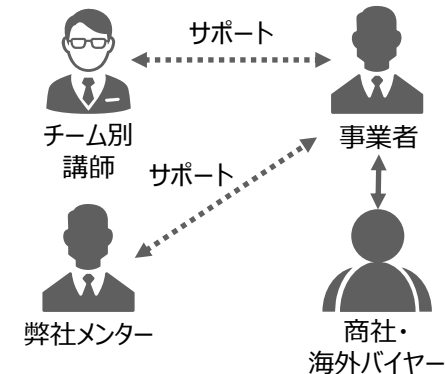
→ビジネスマッチングの“予行演習”

- 講師(商社等)を交えた**グループワーク**で輸出に向けた留意点を把握した上で、方向性を詳細検討
 - ✓ 第1回：現状分析（SWOT）・輸出ビジョンの立案
 - ✓ 第2回：消費者ターゲットの検討・ブランドストーリーの作成
 - ✓ 第3回：4P戦略立案・模擬商談

GFPビジネスマッチング

知識の実践・結果を出す集大成の場

個別商談



- 弊社メンターの伴走の下、商社・**海外バイヤー**とマッチング
 - 商社・海外バイヤーをセットで招へい・**早期輸出**に直結
- 得た知識・クリアした課題を**輸出という結果に結びつける**ための場

第1期 GFP輸出塾 ～実施概要

		第1回	第2回	第3回
		輸出ビジョン講座	マーケティング講座	商品PR講座 (模擬商談会)
開催日		・1/22 (金)	・2/12 (金)	・3/12 (金)
全体セミナー テーマ		<ul style="list-style-type: none"> ・塾全体の流れ・輸出ビジョンの立案方法 (ACN) ・輸出の流れ・対応事項概要 (萌す) ・輸出時に注意すべき規制・認証 (グローバリューション) 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出マーケティングの考え方 (流通経済研究所) ・商品ブランディングの考え方 (Japonte) ・現地消費者ヒアリング (ACN) 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品プロモーションの考え方 (桜波) ・商談資料作成のコツ・商談で気を付けるべき事項 (萌す) ・共感をよぶ商談センスの磨き方 (Sake Business Laboratory)
グループ ワーク	グループ別 セミナー	・品目別海外ニーズの共有	・国別海外マーケティングのコツ	<ul style="list-style-type: none"> ・模擬商談の感想 ・グループワークの内容の振り返り
	ワーク テーマ	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の輸出ビジョン検討・立案 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 現状分析(SWOT) ➢ 輸出ビジョン立案 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ターゲットの検討 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ターゲットセグメント分析 ・ブランドストーリー作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・4P戦略の立案 ・グループ講師・海外バイヤーとの模擬商談会・フィードバック ※模擬商談の待ち時間で、自社の商談資料(デジタルカタログ等)を更新
交流会 グループ分け		・品目別	・輸出先国別	・国内エリア別

第1期 GFP輸出塾 ～全体セミナー

知見の豊富な現役の輸出商社や輸出コンサルタント等に登壇いただき、輸出ビジョンの立案方法や輸出マーケティングの考え方など、事例も交えつつセミナー形式で習得。

全体セミナーの様子

パートナーの探し方 ~GFP活用事例
GFPではオンラインを活用しながら、「オンラインマッチング(商談会)」・「ビジネスパートナーマッチング」・「コミュニティサイト」といった“数多くの交流機会”を創出。

“日本産品”を海外へ輸出したい同士と繋がりませんか?!
農林水産省「GFP農林水産物・食品プロジェクト」はオンラインを活用しながら、様々な輸出支援サービスを実施・輸出を目指す人を応援します!

GFPオンラインマッチング	GFPビジネスパートナーマッチング	GFPコミュニティサイト /公式Facebook
様々なオンラインマッチングイベントを実施	自社のビジネスに繋がる商社等との出会い機会を創出	優良事例事業者や商社とのコンタクトが可能

- 自社に合った輸出スタイルを検討する際に参考になる情報を全体セミナー形式で講演
- 現役の輸出商社やコンサルタント等に登壇いただき、事例も交えながら、より実践的な知見を共有

参加者のコメント



• 輸出における重要ポイントをまとめて話していただいたので、自社での不足箇所を見直すきっかけとなった



• 輸出の重要性や各国の状況などが良くわかった



• 具体的な営業方法について、解りやすく大変参考になった



• プロモーションについての全体像がよくわかった

第1期 GFP輸出塾 ～グループワーク

講師やグループメンバーとのディスカッションを通し、自社では気づけなかった新たな気づき・発見を得ることで、今後の輸出拡大に向けた方向性や課題解決に反映。

グループワーク実施風景

属性分類	ニーズ分類			
	健康志向	安心・安全	使い勝手	安
既婚女性(子なし)	提供価値	提供価値	提供価値	提供価値
既婚女性(子あり)	提供価値 ・減塩なのにうま味 があっておいしい ・ビタミンD豊富で免 疫力が向上	提供価値 ・無農薬栽培だから 子供も安心して食 べられる 自社商品	提供価値	提供価値
未婚女性	提供価値 ・ヴィーガンへのビ タミンD補給に	提供価値	提供価値	提供価値

- 品目や輸出先国別に4～5社ごとに分かれてワークを行い、グループ内で発表
- その後、講師や他の参加者を交えたディスカッションを行うことで、課題解決や今後の輸出の方向性について新たな気づきを得る場として活用

参加者のコメント



講師の適切なアドバイスが非常に参考になった



他のメーカー（特に他業界）の考えを聞け、自社のワークだけでは気づけないこと、思いつかないことがたくさんあった



自分自身でも気づきがあり、今後のマーケティングに影響するものがあった



メンバーの熱意とプランに大いに刺激を受けた。グループワークのアイデアやプランを形にしていきたい

第1期 GFP輸出塾 ～海外消費者パネルディスカッション

海外渡航が困難な状況下でも、オンラインを活用することで迅速に現地マーケット情報を収集。輸出塾ではEU・中国・台湾・米国に滞在経験のある消費者にヒアリング実施。

パネルディスカッション実施風景



- 第二回GFP輸出塾(2/12)では海外消費者(EU・中国・台湾・台湾・米国)を交えたパネルディスカッションを開催
- GFP輸出塾生を巻き込んだ質疑応答では、海外消費者の日本食に対する印象を中心に、輸出拡大に向けた商品開発、プロモーション等のディスカッションが見受けられた

アジェンダ：自己紹介、普段食べる日本食メニュー、食事を選ぶポイント・コロナ影響による食生活変化等

質問例



GFP輸出塾生

海外ではオーガニック食品が溢れていますが、オーガニック食品の中で日本食はどのような立ち位置ですか？



(EU)

• オーガニック食品などへのこだわりがないので存じ上げません。



(中国)

• オーガニックについては中国ではまだまだあまりこだわる人は少ないと思われます。



(台湾)

• 台湾でもオーガニック食品が溢れていますが、値段が高いので特定の消費者しか買いません。



(米国)

• 米国ではオーガニック食品が豊富です。特に日本食は、健康食品(オーガニック)のイメージが定着しています。