

GFP鹿児島キックオフフォーラムin鹿児島市

“オール鹿児島”で描く鹿児島県産品輸出の未来

株式会社萌す

代表取締役社長・CEO 後藤 大輔



kizasu



プロフィール ~後藤 大輔

後藤 大輔 Daisuke Goto

経歴



- 関東圏の水泳スクールにて、水泳コーチを担当
- **2005年に沖縄県へ移住後、観光案内所を開設**
 - 養殖ミーバイの販売依頼されたことがきっかけで、水産物販売・輸出に参入
- **2015年に地域商社「萌す」を設立し、シンガポールのレストラン等向けに沖縄県産鮮魚を中心に輸出を開始**
- その他、農水省GFPアンバサダー・岩手県産業創造アドバイザーや沖縄県地域商社協議会アンバサダー等を務める
- 若手事業者の育成や学生向け支援、商社への輸出指導も実施



これまでの輸出取組

青果・水産・畜産を中心に年間270日以上輸出！





鹿児島県との取組

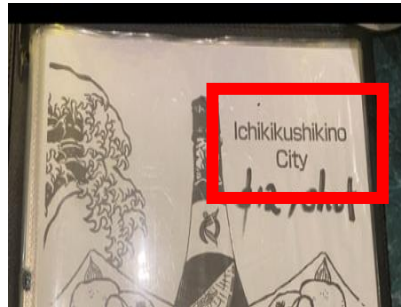
水産・加工食品中心に、米国～アジアへ輸出中！

- ✓ 垂水市：カンパチ等 → SG・ベトナム・台湾・米国
- ✓ 鹿屋市：カンパチ・醤油等 → タイ・台湾
- ✓ いちき串木野市：焼酎等 → シンガポール
- ✓ 鹿児島市：カツオ等 天然魚 → タイ・マレーシア(予定)
- ✓ 指宿市：メロン → 米国(予定)



いちき串木野市

シンガポール外食(DarkHorse)にて、いちき串木野市の焼酎中心にストーリー説明・試食会開催





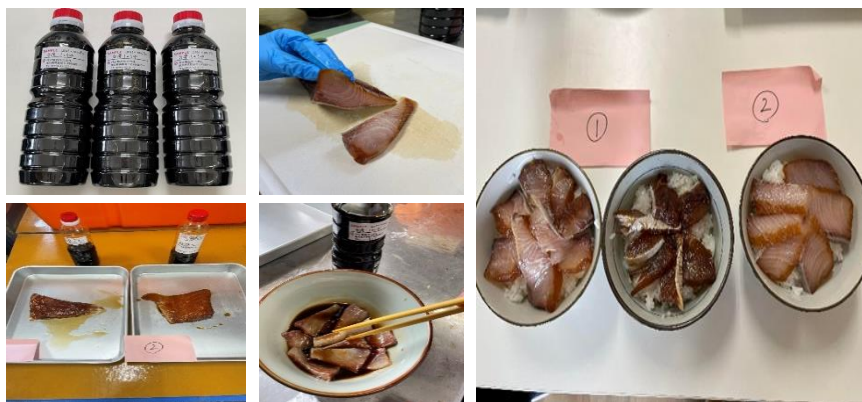
鹿児島県との取組事例 ～鹿屋市漁協(→台湾)



県内メーカー・台湾現地店舗と連携しながら、輸出に適した漬丼のたれ開発～メニュー化・販促まで支援

← 加工～開発まで一気通貫で輸出をコーディネート →

国内での漬丼のたれ制作



坪水醸造株式会社と連携し、台湾における輸入規制(ステビア等)を共有→試作品成分を事前に台湾通関に確認

台湾(外食: WiredCafe)でのテスト販売



「鹿児島産カンパチ胡麻漬けご飯」・「鹿児島産カンパチ柚子胡椒鍋」の2品を期間限定メニューとして販売

一気通貫での体制づくりの重要性 ～鹿児島県産ブリ・カンパチ輸出拡大プロジェクトの事例

海外バイヤー・国内商社・水産養殖/加工業者がチームを組み、行政・コンサルが視察・討議の場をコーディネートすることで、円滑かつ確度の高い商品開発が可能。

← 海外(台湾)バイヤー・国内商社が水産養殖・加工業者とチームング
2日間行程で視察・試食・討議を一気通貫で実施しPB開発を目指す →

生産現場視察



加工場視察・試食



行政・コンサル交えた討議



- 主要原料魚種の養殖現場にて水揚げ・給餌の様子等を視察
- 品質向上・環境負荷低減・食の安心安全性担保に係る工夫等、生産のこだわりを体感

- 加工場内を案内いただき規模・設備スペックを確認
- 既存商品/サンプル品の試食も行い異なる味付けの可能性等をメーカーと意見交換

- 産地・メーカーの前では言いにくかった意見含め率直に討議
- 原価率を下げる工夫等、商社・行政が一体で協議する必要がある事項を詰める



鹿屋市との取組 ～鹿屋市漁協と連携したPB開発

招聘を機に台湾Wired Chaya向けPB開発が進展 (ブイヤベース)。カンパチも継続メニュー化(パスタ)！





鹿児島県との取組事例 ～垂水市漁協(→米国)



米国和食店での日本文化“体験型”イベントにて、 現地系かつ幅広い世代の消費者にカンパチをPR



- 和食レストランのオープニングイベントにて、寿司や刺身等の日本食を無償提供
- カンパチ単体でなく、現地流通が少ない日本ならではの調味料を使用し、日本文化とセットで価値訴求・他店と差別化
 - 木桶醤油・“和風万能タレ”等
- 周辺地域は高級住宅街でファミリー層も多いため、体験を通し幅広い年代に興味を持ってもらうきっかけとなった



鹿児島県との取組事例 ～垂水市漁協(→ベトナム)



現地和食店(Indigo)で“寿司ワークショップ”開催！
“体験”を通じてカンパチ・産地の認知度向上を図る。

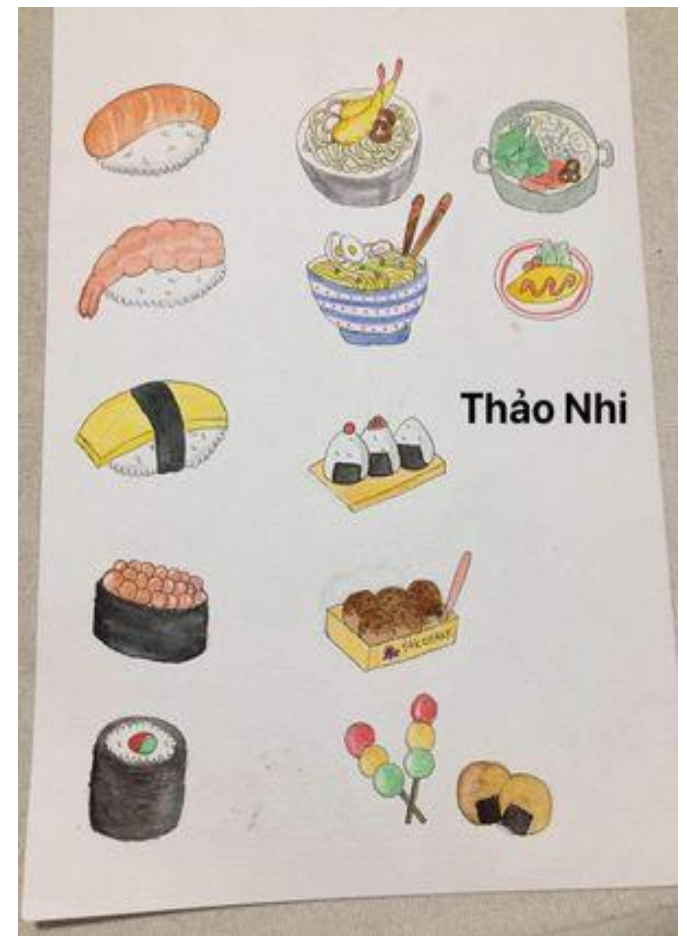




鹿児島県との取組事例 ～垂水市漁協(→ベトナム)



ベトナム人学生から“食べてみたい日本食”を募集！





鹿児島県との取組事例 ～垂水市漁協(→シンガポール)

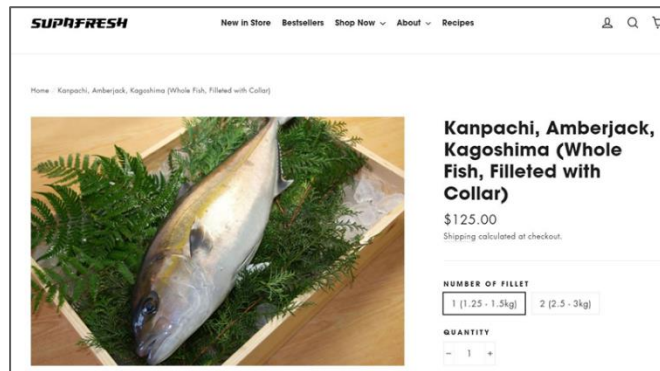
高所得層にターゲットを絞りカンパチをPR。昨年度PRを契機にシンガポール向け定期輸出に繋がった

三崎恵水産



- かんぱち(サンプル)をテスト輸出し、シンガポール国内3店舗でかんぱちフェアを実施(2023/2/25～)
- 2023/2月下旬から、三崎恵水産を通じてシンガポール向けかんぱちの定期輸出が決定(週2回：ドレス3尾分)

Mercatores



- Mercatoresに対し、かんぱち(サンプル)をテスト輸出し、シンガポール国内のE C販売を検討
- 販売元：スーパーフレッシュ



鹿児島県との取組事例 ～垂水市漁協(→台湾)



ライブコマース(SNS内で販促動画を放映し、その場で購買行動に繋げる)といった先進取組にもチャレンジ



- 台湾 和牛賀(FUTA GLORY CO., LTD)にて、ライブコマースを実施
- 開催日：2023/2/25 18:30-(台湾時間)
- Facebook内にて告知



輸出開始のきっかけ・想い

輸出未経験→初心者への突破口はコミュニケーションの“量”と、地域を跨いだ熱意ある仲間づくり

- **“社交辞令”**(「この魚世界に売れると思います」)を契機に輸出事業開始
 - 手続きはともかく、魚を買うために**“漁業権”**が必要なことも知らない状態からスタート
 - 最初は**“質より量”**重視。足繫く産地に通う・しつこくやりたいことを話すうちに信頼獲得
- **売りたいという想いを真摯に伝えることが何より大事。英語はあくまで手段**
 - 対面商談での成約率はほぼ100%。オンラインでいかに想いを伝えるかが今後の課題
- **とはいえ初期は仲間づくりも大事。他事業者の熱意に触れると、輸出の重要性を“自分ごと化”することにも繋がる**
 - **“沖縄にないもの”**を持っている**他地域の仲間**がいると解消できることがある
 - GFPにはこれから輸出を始めようとしている意欲的な仲間が多数在籍



販路開拓のポイント ～これから輸出を始めたい人へ

お金で買えない“信頼構築”こそが、一見遠回りだが結果的に近道。GFP商談会も活用しない手はない

- **1つひとつの取引を大事にしていれば“紹介→紹介”で品目・販路は広がっていく**
 - 品目が増えると、様々な提案ができ、“営業力”が上がる
 - それが更なる販路開拓にも繋がる
 - 幅を広げるためにも品目は特定しない。押し売りではなく、**“困りごとを解決してあげる”御用聞き”の姿勢**が大事
- **キーマンと繋がることできるとその後の広がり方が早い。一方、そこまでが大変**
 - **“打席に立つ”精神**が大事
 - とはいえ、GFPでは生産・販売双方の知識を有しているので、活用しない手はない
 - GFP会員は、まずは小ロットから出したい人が多いので、取扱品目を新たに増やしたい商社にもおすすめ



ご視聴の皆様

ご清聴ありがとうございました

鹿児島県内の皆様と連携しながら、
日本の輸出拡大に向けて取り組んでいきます！

皆様との連携を楽しみにしております！
後藤大輔 dai@kizasu.jp