

はじめての食品海外輸出・最初の一步セミナー

講座	セミナー内容
第1講座	<p>食品メーカーが“今こそ・今から”輸出チャレンジする理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品輸出の現状とこれから ・輸出事業の戦略的考え方 ・船井総合研究所の輸出事業サポートについて <p>株式会社船井総合研究所 地域コンプロマリット支援部 食品ユニット マネージャー 中野 一平</p>
第2講座	<p>無名の「播州乾麺」を世界へ!東亜食品工業に学ぶ、地方企業の海外進出・最初の一步</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出スタートの「最初の一步」:実務の壁を乗り越え、まず実施すべきこと ・「どこで売れるか」を見極める戦略:商品別の国選定と市場への適応 ・選ばれるためのブランド構築:バイヤー視点の工夫と伝統産業の未来 <p>東亜食品工業株式会社 代表取締役 井上 位一郎 氏</p>
第3講座	<p>「何を・どこで誰に・どうやって」輸出先国の見極めのポイントと取り組み強化策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「わが社の商品はどこで売れる?」商品別ターゲット国の見極め方 ・信頼できるパートナー・商社・海外バイヤーの目利きポイント ・輸出を「遠い夢」にしないための、「一歩目」の具体的な進め方 <p>株式会社船井総合研究所 地域コンプロマリット支援部 藤井 毅</p>
第4講座	<p>まとめ講座</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出事業のために“まず実施すること” ・成功モデルステップ・スケジュール公開 <p>株式会社船井総合研究所 地域コンプロマリット支援部 食品ユニット チーフコンサルタント 前田 輝久</p>

開催日時 2026年 **3月30日** 月
14:00~17:00
 (受付開始:開始時刻30分前~)

開催方法 **東京開催**
 船井総研グループ 東京本社
 サステナグローススクエアTOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
 JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)

お申込み期日 銀行振込み :開催日6日前まで
 クレジットカード:開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料 一般価格 税抜 20,000円 (税込22,000円) / 一名様 会員価格 税抜 16,000円 (税込17,600円) / 一名様
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】 <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/138513>
 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に右上検索マークに「138513」をご入力し検索ください。



船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)
※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

食品メーカー
食品製造業向け



「何から始める?」「どの国が狙い目?」
 輸出の「分からない」を解決する3時間!

はじめての
食品海外輸出

最初の一步セミナー

スペシャル講演

地方の無名な麺が、
 なぜ世界30カ国で愛されるのか?
 輸出比率20%を達成した
 「地方企業の輸出成功戦略」



東亜食品工業株式会社
代表取締役 井上 位一郎 氏

はじめての食品海外輸出・最初の一步セミナー お問い合わせNo. S138513

主催 サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken
 株式会社船井総合研究所 〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ [www.funaisoken.co.jp] 右上検索マークに「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **138513**



「何から?」が「これなら!」に変わる。輸出未経験でも迷わない、最短ルートの「最初の一歩」を完全体系化

「輸出」を、一過性のブームではなく「継続する事業」へ。

国内市場が成熟期を迎える中、食品輸出は2030年5兆円目標という追い風を受け、大きなチャンスを迎えています。しかし、多くの企業様が以下のような壁に直面しています。「海外展開に興味はあるが、具体的に何をすべきか不明確」「一度商品を出してはみたものの、その後の展開が続かない」
本セミナーでは、こうした課題を解決し、輸出事業を確実にステップアップさせるための「実行可能なロードマップ」を公開します。

【「輸出成功」の6つの要諦】

- ✓ ターゲット国の選定: 自社商品が最も輝く市場はどこか?
- ✓ 法規制とローカライズ: 国ごとのルールを逆手に取った適応戦略
- ✓ 輸出推進体制の構築: 挫折しないための「持続可能な仕組み」づくり
- ✓ パートナーの見極め: 共に成長できる「現地パートナー」の選び方
- ✓ テスト輸出と商談の準備: 確実な成約を引き寄せるための事前準備
- ✓ 実行スケジュールの策定: 3年先を見据えた現実的な事業計画

これまで「輸出事業」の確立に悩んできた皆様にとって、必ず道標となる内容をお届けします。

スペシャル講演

地方の無名な麺が、なぜ世界30カ国で愛されるのか? 輸出比率20%を達成した「地方企業の輸出成功戦略」

東亜食品工業株式会社 代表取締役 井上 位一郎氏

兵庫県姫路市の伝統「播州乾麺」を、世界30カ国以上の食卓へと広めた東亜食品工業株式会社。代表の井上氏は、いかにして売上の20%を海外市場で稼ぎ出す体制を築き上げたのか?
本講演では、ハラールやヴィーガンなど複数の海外認証を戦略的に活用し、言語や文化の壁を越えて「選ばれるブランド」へと成長させた具体的なプロセスを解説します。精神論ではない、「最初の一歩」から「商談成約」、そして輸出比率20%に至る「リピート構築」までの成功ロードマップを、実体験に基づいた数字と共に赤裸々に公開。地方の小規模なメーカーでも世界で戦える「武器」の作り方を伝授します。



「わが社の商品はどこで売れる?」18ヶ月で海外事業をV字回復させた実務家が教える、勝てる国の見極め方

株式会社船井総合研究所 地域コングロマリット支援部 藤井 毅

海外法人の社長として経営の修羅場をくぐり、わずか18ヶ月で赤字からV字回復を成し遂げた実績を持つ。本パートでは、机上の空論ではない「実行直結型」の輸出戦略を伝授します。

【本セミナーでお伝えするポイント】

①食品の輸出の基礎中の基礎ポイントを学ぶことができる

ターゲット国、各国の基準や取り決め、パートナー選びから商談のポイント迄、基本ポイントを学ぶことができます。

②輸出に向けた取り組みステップの整理ができる

課題把握やフォローアップ、テスト輸出等、何からスタートすべきか、ステップの整理・把握ができます。

③自社商品でどの国を狙うかのポイントが分かる

自社商品は「どこで誰にどう売れば」効果的か、ターゲットや狙うべき市場を考える際の参考になります。

④輸出に向けた商社・パートナーの選定ができる

数多ある商社・パートナー企業のどこを選べばよいのか。商材や輸出規模、ターゲット国にあわせた見極めポイントを学べます。

⑤食品輸出の先行・成功企業の事例が分かる

国内とまったく勝手が異なる輸出事業。先行企業、成功企業の事例から学ぶのが一番です。

食品海外輸出事業一例

乾物製造業



アメリカ、ヨーロッパにて乾物を展開、現地シェフと連携したレシピ開発や乾物活用の可能性を提案、機器も併せて輸出し、地域に正しい使い方を教える「日本文化の輸出」も実践中。

漬物製造業



アジアの日本食レストランを中心に業務用漬物を展開。ネットワーク構築も進み、順調に対象国を拡大中。

製茶業



10数年前から輸出事業を強化。日本食の拡がり、各国の輸入基準に柔軟に対応し、アジア以外にもヨーロッパ・アメリカにまで販路を拡大中。

酒造業



アジアをターゲットとし、焼酎等を展開。原則1国1社の輸入代理店を決定し、拡販と認知度向上のため現地展示会に共同出展。香港、韓国、マレーシアなど合計8カ国(地域)に販路を拡大中。

菓子製造業



香港、台湾、シンガポールなどの東南アジアを中心に販路を拡大。輸出量1,000t、輸出額3億円を突破。地域の食文化ニーズ調査により緻密な商品政策を展開。

皆様の本気を徹底サポート

当セミナーは無料経営相談付

輸出確度調査やパートナーマッチング、テスト販売まで何でもご相談ください。