

# 熊本の「食」を世界へ

GOGO FOODS社 10年の取り組み



2020年 9月15日

GOGO FOODS CO.,LTD.



---

## 講演者プロフィール

---



いしい ひろゆき  
石井 裕之

GOGO FOODS CO.,LTD.  
Managing Director

26歳で香港に渡航し、在香港歴18年。

ヤオハンでの小売業務・食材の貿易経験を活かし、あらゆる食材の輸出入の組み立てを構築。「産直流通の組み立て+付加価値プランニング」で日本の産地食材を海外進出させている。食に関するビジネスの構築・マッチング等を得意とし、あらゆる可能性をロジカルに組み立てる。

グループ全体の戦略を立案、日本食材の輸出拡大に日々挑戦している。



# 企業情報

会社名 **GOGO FOODS CO.,LTD.**

設立 2008年 2月 1日

資本金 50万香港ドル

従業員 70名 (香港単体)

年商 35億円 (香港単体)

102名 (グループ全体)

99億円 (グループ全体)

\* 2020年3月31日現在

\* 2019年度



---

# GOGO FOODS とは

---

01 海外で**日本食材**を取り扱う総合卸会社

02 **多国籍スタッフ**が活躍するグローバル企業

03 現地飲食店・ホテル顧客数は**約500店舗**

04 日本の仕入れから販売まで**一気通貫**体制

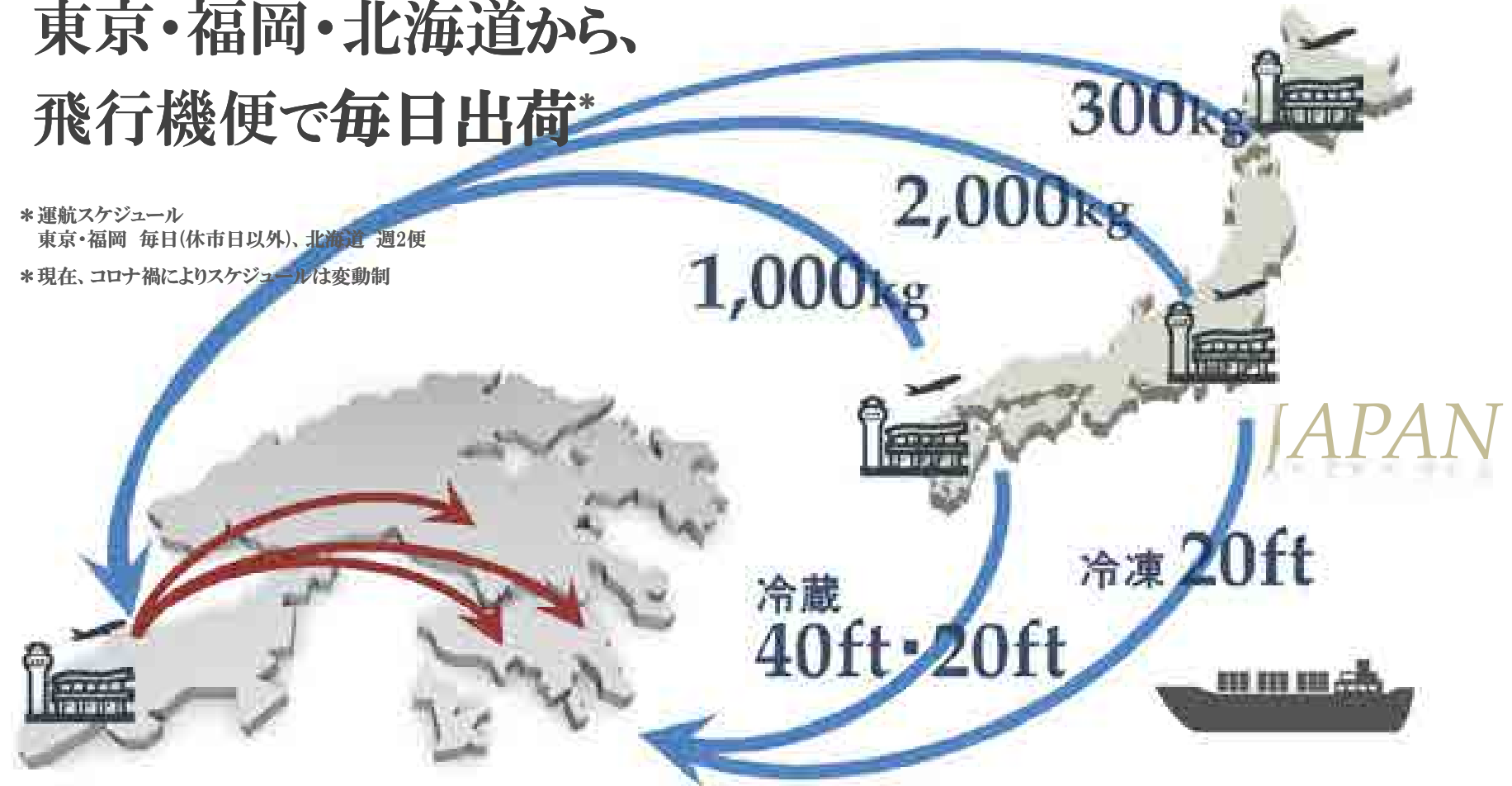
05 **食に関わるビジネス**を創造し常にチャレンジ



# 日本から香港への輸出量

東京・福岡・北海道から、  
飛行機便で毎日出荷\*

\* 運航スケジュール  
東京・福岡 毎日(休市日以外)、北海道 週2便  
\* 現在、コロナ禍によりスケジュールは変動制

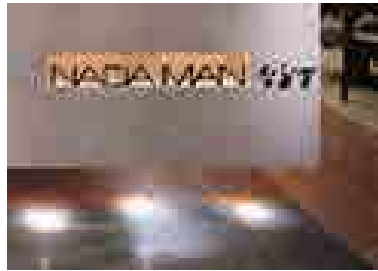
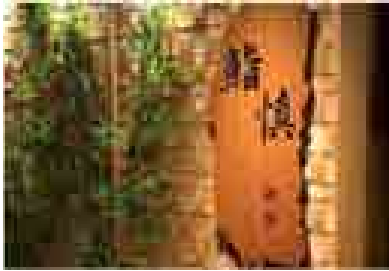


HONGKONG  
HONGKONG

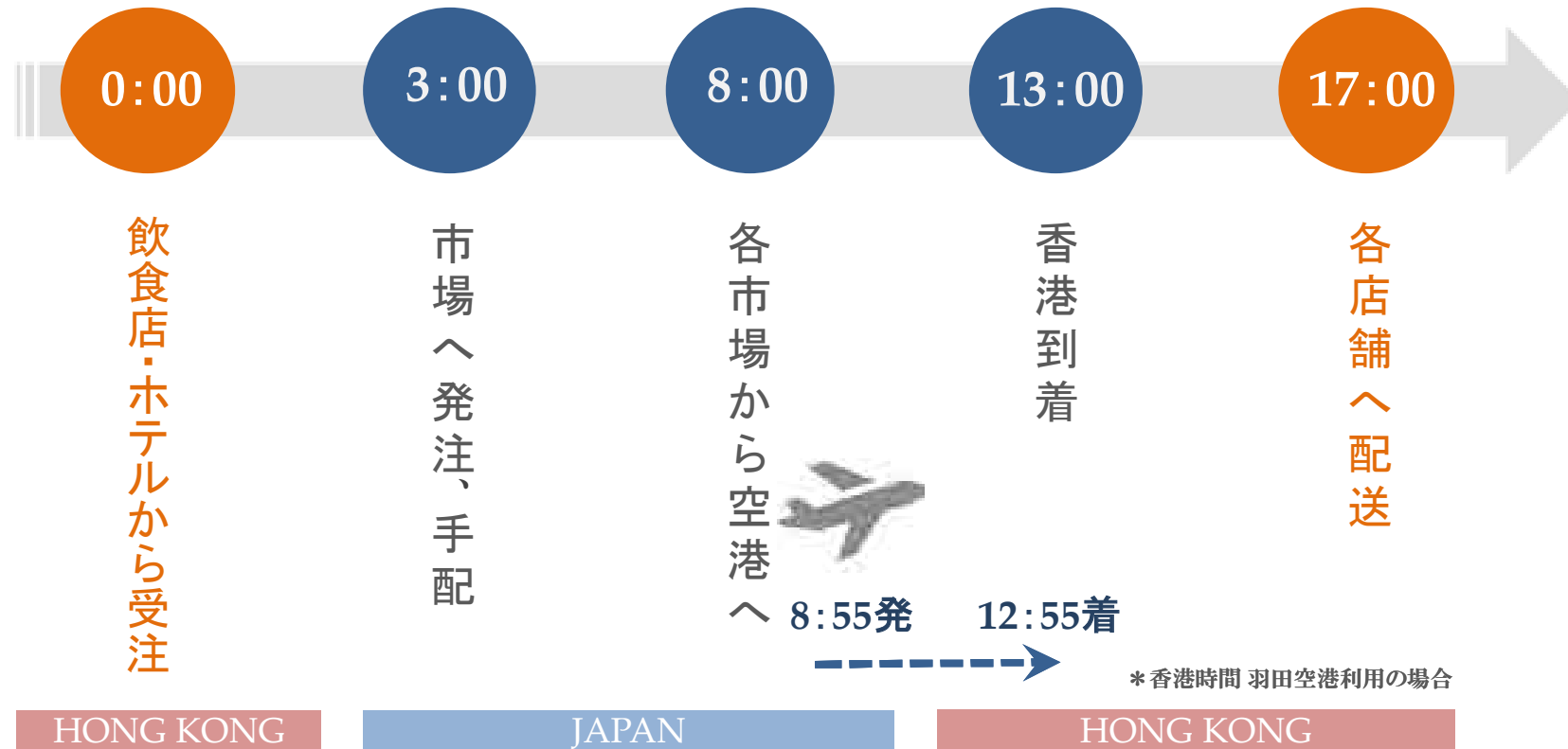
東京・福岡から、船便で毎週出荷\*

\* 運航スケジュール  
東京 毎週金曜日(冷凍便)、福岡 毎週水曜日(冷蔵便)





# 受注から配送までのスピード

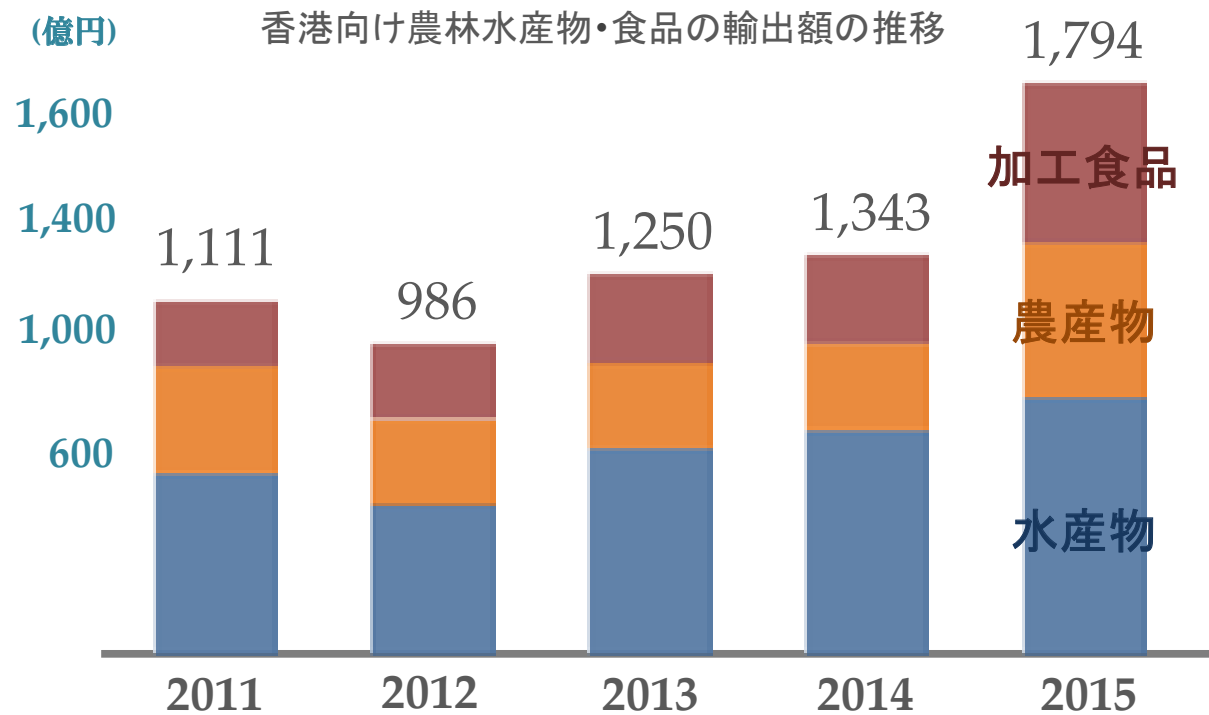


注文を受けたその日のうちに、  
日本から生鮮食材をお届け！



# HONG KONGトレンド

香港は、日本の農林水産物・食品の最大の輸出先であり、輸出総額の約4分の1を占める。



\* 首相官邸ホームページ 農林水産業・地域の活力創造本部「農林水産業の輸出力強化戦略」(平成28年5月19日)より作成



# HONG KONG トレンド



## 香港 農水産物輸出は「産直」で



「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

### 【要旨】三つの事実

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

### 【要旨】産直の輸出額と対日輸出額増加率（単位：百万円）

品目	輸出額	対日輸出額	対日輸出額増加率
農産物	1,234	567	12%
水産物	876	345	8%
畜産物	543	210	5%
加工品	321	123	3%
その他	100	45	1%

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

### 【要旨】「産直」の輸出額

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。

# 本物志向の消費者の増加 = 「産直」で 差別化を図る飲食店の増加

\*ジェットロ エリアレポート「香港：農水産物輸出は「産直」で」（2016年02月15日）

輸出拡大のための課題、それは

# 物流の構築

国際空港が遠い

地の利が悪い

鮮度維持の問題

輸出市場の土俵に立つためには、どうするか



# 海外輸出への課題 - 物流 -



スピード感・鮮度維持の物流構築の実現



---

## 海外輸出への課題 - 量か質か -

---

「量」で戦う = 価格競争

「質」で戦う = 商品の「**価値化**」が必要

歴史

なぜ、その形・味になったのか

ストーリー

誰が、どういう場所・想いで作ったのか

ブランド力

強みは何か  
他と違うところはどこか

食文化

産地ではどのように食されるのか  
なぜその食し方なのか

現地の料理人が、  
こだわりのある商品を求めている

# 産地 PRイメージ



農家が惚れる、笑顔の魔法とともに

Made in TAMANA City, Kumamoto

ぎゅーっと、  
詰まった素材の力

\*えがおファクトリー様、J-Farm様、マルエイ様、芦北漁協様、牛深水産様

# 企業情報

会社名 イートジャパン株式会社



**eat Japan**

Japanese food to the world

設立 2016年 5月26日

資本金 1億円

従業員 15名 (2017年12月現在)

資本参加 佐賀ベンチャーキャピタル 投資事業有限責任組合第三号

農林中央金庫

肥後・鹿児島地域活性化 投資事業有限責任組合 (五十音順)



トマト1個から

輸出ができる



## 小ロットでの輸出 ~日本と同じ感覚で仕入れる~



香港レストランシェフ

熊本県の塩トマトを試しに1個使ってみたい。

香港の飲食店500店舗分の生鮮食材を飛行機便で毎日出荷。弊社が直接店舗へ配送するので、すぐにお届けができます。



GOGO FOODS

Eat Japanが  
全商品を集約

\* 納品先は東京、福岡の2拠点

GOGO FOODSが  
店舗へ直接配送

\* 空港から店舗直送、  
またはGOGO FOODS倉庫経由

取り扱い商品数  
3,000アイテム以上

毎日の大量受注が、少量多品種の輸出を可能に





◎ 国内納品先は、  
東京・福岡の2拠点

AIR便は毎日出荷(休市日以外)  
船便は冷凍・冷蔵便を各週1便

◎ 通常の国内決済で完了  
為替リスク・海外送金の  
手間がなくなる

## 輸出をもっと身近に、第一歩をアシストします

◎ 面倒な通関手続きや  
輸出用の書類作成も一手に処理

◎ 現地グループ企業と連携、  
商品出荷後のフォローも万全

# 現地からのフィードバック

## 一般的な流れ

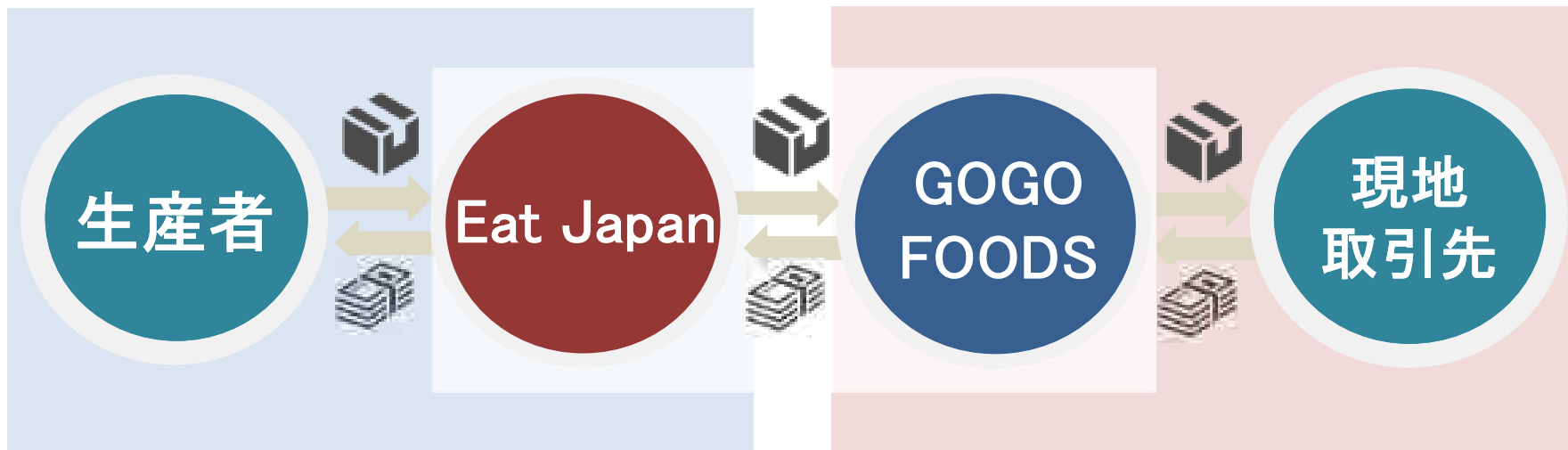
商品の出荷・決済が完了したら、その先は??



商品は売れてるの？  
どんな飲食店に提供？  
評判は？

# 現地からのフィードバック

## GOGO GROUPの場合



産地ネットワーク

現地外食ネットワーク



グループ企業だからこそ、**現地の声**が伝わる



# 消費者と生産者をつなぐ



一気通貫の体制で臨む産直輸出



「価値化」



「生産者」

# 接点



「消費者」



「情報」

---

# 香港 コロナ禍での実情

---

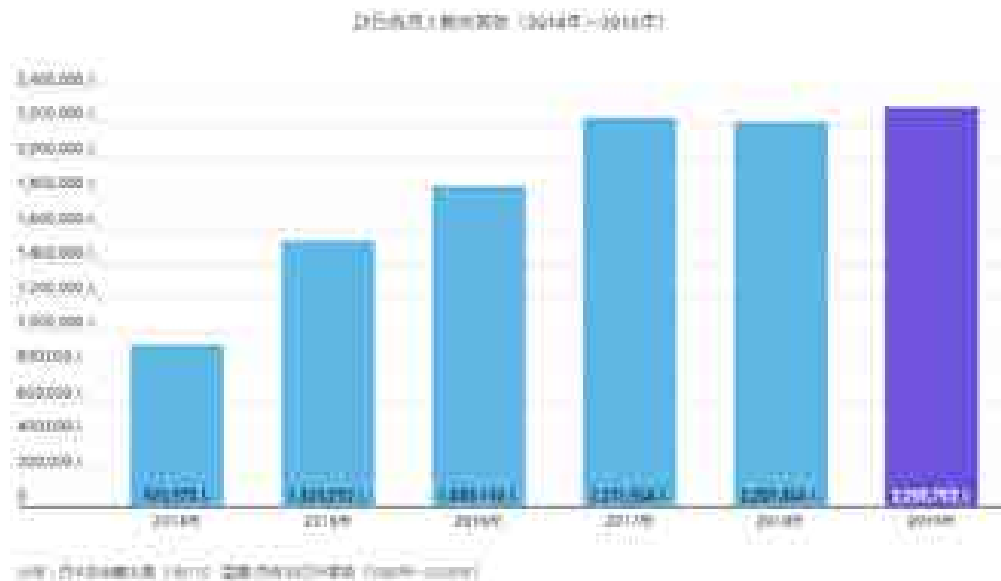
新型コロナ禍における海外渡航の禁止、飲食店の夜間営業の禁止や人数制限。  
これらの施策は香港の人々にどのような影響をもたらしているのか。

- ① 飲食店利用者は増加傾向
- ② 外食文化の香港でスーパーの需要増加
- ③ 日本文化が新たなエンターテインメントに

# 香港 コロナ禍での実情

## ① 飲食店利用者は増加傾向

日本へ旅行に行きたい人々が、  
香港内で日本食を楽しむためにレストランの需要が増加している。



2019年は訪日香港人数が  
史上最多となる229万人を達成。  
過去10回以上訪日している  
香港人は60万人以上といわれている。

旅行気分を味わえる産直レストランの需要が高い。



## 香港 コロナ禍での実情

### ② 外食文化の香港でスーパーの需要増加

外食制限における生活スタイルの変化で、  
調理が簡単・すぐ食べられる美味しい食材の需要が増えている。

日本の食材は「安心・安全・高級」というイメージが定着

- ・ 香港人の平均所得がUP  
⇒ アッパー層だけでなくミドル層も購入層に
- ・ 日本の加工品での評価は、  
「簡単に調理できてすぐ食べられる」



いま人気があるのは日本の美味しい冷凍食品！





## 香港 コロナ禍での実情

### ③ 日本文化が新たなエンターテインメントに

夜の時間帯に利用できない飲食店に代わって、  
いま日本の量販店が新たな娯楽の場になってきている。

現在香港で3店舗を展開するドン・キホーテの  
東南アジア仕様の新業態「DON DON DONKI」は24時間営業。  
3店舗目のテーマは“ジャングルでの宝探し”。

日本の生活雑貨・コスメ・食料品・酒・惣菜など  
日本と変わらない種類・商品数を誇る。  
すし・惣菜・冷凍食品など日本文化の浸透に一役買っている。



\*香港経済新聞WEBサイトより引用「待望の香港島進出を果たした香港のドンキ」

カジュアルな商材が新たなマーケットの需要にマッチ



## 香港 コロナ禍での実情

# GOGO FOODS × TOHO HK

2019年3月に、GOGO FOODS CO., LTD.は日本の食品卸大手株式会社トーホーと合弁会社TOHO (HK) LTD.を設立。

生鮮食品・スピードに強い

## GOGO FOODS

冷凍食品・乾物 仕入れ力が強み

## TOHO HK

「産直」 「冷凍」 「加工品」  
今需要が高まっているすべてに  
応えられる存在に



終わり