

輸出事業計画

※申請者名：発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

品目：味噌、醤油、納豆、その他加工食品等

1. 輸出における現状と課題

【輸出における現状】

〈輸出に関する背景〉

- 米国においては、健康志向の高まりを受けて、寿司やラーメンなどの典型的な日本食にとどまらず、発酵や麹といった日本の食文化に対する興味や関心が急速に高まっている。
- 特に、常に新しい食材を求めるトップシェフや、大手日系メーカー製品以外の新たなトレンドを求めるオーガニックスストアなどでは、発酵や麹に注目しはじめており、フードメディアなどでも取り上げられている。
- 一方で、米国では日系メーカー以外による味噌や醤油の製造なども行われており、発酵文化が日本で独自に進化を遂げて今に至るという歴史を、改めて米国を中心とする世界のフードインダストリーに普及・啓発し、「発酵（Hakko）」を「Sushi」や「Ramen」と並ぶ世界の共通語に至らしめることにより、日本産食品の輸出拡大につなげていくことが重要である。
- 特に、政府の輸出額目標である「2030年までに5兆円」を達成するためには、地方の中小メーカーが製造する加工食品へ輸出のすそ野を広げていくことが必要であり、その際、発酵や麹は大手メーカーがまだ十分に参入しておらず、地方の中小メーカーにも大きなチャンスが見込める分野である。
- こうした背景から、「発酵」を核として、地方の発酵食品メーカーの新規需要の喚起と海外販路拡大のため、国内外の事業者が協働するためのプラットフォームとなるべく、魅力的な発酵食品を有する東北・北陸及び米国の事業者を中心とした地域横断のコンソーシアムを、令和4年6月に設立した。
- コンソーシアムでは、毎年度地域を変えた海外バイヤー・ジャーナリスト等の来日招聘や、海外における発酵文化体験・試食会の実施、現地ニーズ把握に基づく使い方提案などを通じて、新たに輸出に取り組む地域の発酵食品メーカーを掘り起こしている。それとともに、既存のコンソーシアムのメンバー企業間の連携を強化し、統一ブランドによる新商品開発などを通じて輸出拡大を目指している。その際、地元の一次産業が恩恵を受けるよう、地域農産物を原材料として使用している企業の掘り起こしという点に留意して進めていく。

〈輸出に関する団体取組〉

- 農林水産省「令和3年度加工食品輸出産地確立緊急対策」に採択され、海外バイヤー・ジャーナリスト等の来日招聘/渡米による発酵文化体験・試食会の実施等、需要開拓を実施。米国の現地ニーズ把握による統一ブランド商品の開発・テスト販売を行った。また米国の著名シェフを招待し、日本の発酵文化体験の提供・商品改良や、メンバーが連携した共同での商談・輸送、ワシントンDCの桜祭りでの実際の販売などの事業を実施した。
- 現在任意団体であるコンソーシアムにおいて、組織的・安定的に事業を実施するために法人化を計画中。

輸出事業計画

※申請者名：発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

品目：味噌、醤油、納豆、その他加工食品等

2. 輸出における現状と課題・取組内容

【輸出における課題】

<製造>

- コンソーシアムの企業は既に輸出に取り組んでいる事業者が多く、手続き面のハードルはクリアしているものの、商品ラベルは日本語がベースである事業者がほとんどであり、米系スーパー向けなどの商品ラインナップとはなっていない。
- 一部、FSMA含む規制対応や認証取得に関する知見不足、英文での書類作成等手続き面のハードルにより、米国向け輸出のスタートラインに立てていない事業者もいる。
- 日本で販売されている商品を米国で販売するためにはFDA対応のラベルの貼り付けが必要だが、インポーターが決まっていないとラベル製造ができず、日本語ラベルに日系商社の英語ラベルを貼り付ける対応となり、日系小売り以外へのアクセスができないという販売面の課題もある。

<販売>

- 地方の事業者は単独で商談会を実施するネットワークや、プレゼンテーションを行う経験値（含む英語力）が相対的に低い。また個々の事業者でそれらの取り組みを行うには負担が重い。
- 地域の中小メーカーの発酵食品は、大規模メーカーと差別化した商品設計を行っているため、オーガニック・高品質等へこだわりを持つ小売店・レストラン等へ訴求することになるが、ブローカーなど現地商流の知見が乏しく、日系スーパー以外での販路が十分に構築できていない。
- 日本の発酵食品の魅力の訴求不足。米国で発酵が注目されており、日本の発酵食品は質が高い一方で、米国系の商流に乗っている例は少ない。また手軽に商品を購入する環境が構築されていない。
- 以前から海外での日本食イベントが開催されてきたが、従来のイベントでは現地で消費者への訴求力のあるシェフ・バイヤー等の参加がなく、また一般参加者も駐在している日本人が多かったことから、単発でのイベント開催となり、実際の外食・小売店での商品取扱に繋がらないケースが多い。
- 今後、処理水の放出などにより、福島県をはじめとする東北の加工食品の風評被害が再燃するおそれもある。

【輸出における課題を解決するための取組内容】

<製造>

- スーパー向けの英語ラベルの作成など、現地商流に乗せることを念頭においた商品開発のノウハウを蓄積していく。
- コンソーシアム内で輸出促進のための勉強会を開催し、輸出経験を通じたアドバイスや、専門家を招いた講演を通じて、全体の輸出知識を底上げする。（令和5年度以降、順次実施）

輸出事業計画

※申請者名：発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

品目：味噌、醤油、納豆、その他加工食品等

3. 輸出事業計画の取組内容

<販売>

- コンソーシアムの商品のラインナップを増やし、商談会などで十分に魅力あるプレゼンテーションができるように、毎年度、少なくとも県単位で取り組む地域を拡大していく。（令和5年度以降、順次実施）なお、取り組み内容は令和5年の取り組みを想定し、拡大した県にてコンソーシアム企業を募り、追加していく。
- 将来的に米国の大手オーガニック小売店向けにオンライン商談会を実施することを目指し、まずは現地の問屋・ブローカーとのオンライン商談会を実施する。
- San-J International, Inc.が現地で実施する展示会に、コンソーシアムメンバーを招待し、現地小売店とのマッチングを行う（令和5年度以降継続実施）。
- 日本の発酵食品の魅力を伝える必要があることから、米国のバイヤー・シェフ・ジャーナリスト等を招き、発酵食品の魅力を感じてもらい発酵文化体験（蔵元めぐり等）や、シェフ・ジャーナリストなどの商品開発に向けたディスカッション・セッションなどを通じて、生産者とも交流して現場への理解を促進し、発酵食品の魅力をアピールするとともに、メーカーのノウハウの蓄積という双方向の取り組みを進めていく（令和5年度以降もエリア（ニューヨークを想定）を拡大しながら継続実施予定）。
- 日本産の「発酵」食品を前面に押し出すため、発酵を切り口に、メンバー企業による統一ブランド商品を開発し、開発した商品については米国イベントでのテスト販売やPRを実施する（令和5年度以降も継続実施予定）。
- 単にイベントを企画・参加するのではなく、海外販路拡大に向けたキーパーソンの見極め・現地での消費方法の提示が必要であることから、San-J International, Inc.の現地ネットワークを活かし、現地で影響力のあるバイヤー等を特定して巻き込んだうえで、現地でシェフを招いてイベントを行い、現地での消費を見据えた現地料理へのメニュー提案を行ってもらう。また、参加者についても、発酵に関心がある現地消費者をターゲットとし、SNSも活用した集客を実施する（令和5年度以降も継続実施予定）。
- 今後、処理水の放出などにより、福島県をはじめとする東北の加工食品の風評被害が再燃するおそれもある。このため、地方自治体と連携し、県知事のトップセールスなどと連携した風評被害の払拭や、影響力のあるジャーナリストなどを定期的に福島県及び周辺県に誘致し、正確かつ効果的な情報発信を行っていく。

4. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

【計画の策定(P)】

会員企業及びJETROからの現地情報/規制情報や現地訪問によるニーズ把握に基づき、輸出事業計画を検討する

【事業の実施(D)】

計画に基づき、国内・海外での商談会・フェア販売等へ参加、海外シェフ・バイヤー等の招聘を通じ、商談機会を創出し、輸出を拡大する

【改善(A)】

上記のフィードバック等を通じて現地消費者の求める商品製造・改善に着手する

【評価・検証(C)】

輸出の進捗状況について、商社・JETROや現地訪問で把握した販売状況等の評価・アドバイスを踏まえ、必要に応じて計画を見直す

輸出事業計画

※申請者名：発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

品目：味噌、醤油、納豆、その他加工食品等

5. 輸出目標額

(全体)

全体（合計 8 品目）		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
東北・関東・北陸	輸出額	74,346,970円	135,369,947円
	輸出量	－	－
	輸出先国	米国	米国

(内訳)

味噌・味噌加工品		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
東北・北陸	輸出額	903,880円	2,795,767円
	輸出量	2,116kg	4,352kg
	輸出先国	米国	米国

醤油・醤油加工品		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
東北	輸出額	237,210円	474,420円
	輸出量	270kg	540kg
	輸出先国	米国	米国

納豆		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
関東	輸出額	39,866,000円	57,000,000円
	輸出量	104,802kg	150,000kg
	輸出先国	米国	米国

甘酒		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
東北	輸出額	1,448,680円	2,897,360円
	輸出量	2,872L	5,774L
	輸出先国	米国	米国

植物原料代替チーズ・代替肉		現状 （令和 3 年度）	目標年 （令和 7 年度）
関東	輸出額	0円	1,600,000円
	輸出量	0kg	200kg
	輸出先国	米国	米国

輸出事業計画

※申請者名：発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

品目：味噌、醤油、納豆、その他加工食品等

サバ加工品		現状 (令和 3 年度)	目標年 (令和 7 年度)
東北	輸出額	1,001,200円	2,002,400円
	輸出量	325kg	650kg
	輸出先国	米国	米国

米菓・米粉		現状 (令和 3 年度)	目標年 (令和 7 年度)
東北	輸出額	0円	600,000円
	輸出量	0kg	1,200kg
	輸出先国	米国	米国

インスタントラーメン・生ラーメン		現状 (令和 3 年度)	目標年 (令和 7 年度)
東北	輸出額	30,890,000円	68,000,000円
	輸出量	6,465kg	18,120kg
	輸出先国	米国	米国