

1. 輸出における現状と課題

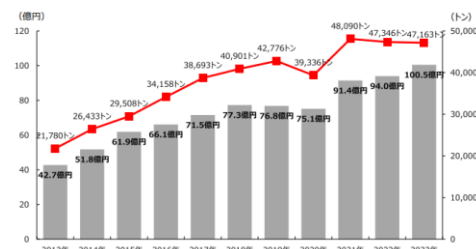
【現 状】

日本の代表的な発酵調味料の醤油は、海外において和食文化の浸透とともに、嗜好品としての調味料の地位を確立しつつあり、輸出額・量ともに年々伸びている。一方、海外では醤油の文化的背景や発酵調味料としての知識はまだまだ乏しく、醤油は嗜好品ではあるものの、比較的安価な商品でなければ売れない状況が続いている。

江戸時代から続く伝統的な製法で造る木桶仕込み醤油は製造に手間と時間がかかるうえ、量産が難しく、タンクでの醸造と比べ割高となり、海外からの引き合いが増えてはいるものの、海外の醤油マーケットシェアはほぼ0%となっている。しかしながら、「天然醸造・木桶仕込み醤油」を海外メディアが取り上げたこともあり、一部の富裕層や美食家の間で「ワインと同じで、醸造元によって複雑な香りや味があり、それぞれ特色がある」と理解されつつある。

【課 題】

- ・プレミアム商品としてブランディング
- ・木桶仕込み醤油の差別化及び魅力発信
- ・木桶増産等による木桶仕込み醤油生産体制の強化
- ・食品衛生管理の徹底
- ・積極的な輸出機会への参加及びプロモーションの実施



2. 輸出事業計画の取組内容

・木桶仕込み醤油はワインと同じで、醸造元により味や香りが複雑なプレミアム醤油であり、嗜好品として高価格帯でも売れる仕組みを構築する等、木桶仕込み醤油のブランディングを実施。

・木桶仕込み醤油の魅力を伝えるためのWEBサイト（多言語化）を製作し（木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムにて作成）、醤油の醸造過程を伝えるなど、近年の食のトレンドである発酵調味料としての木桶仕込み醤油の認知度向上を図る。また、木桶仕込み醤油の商品ラベルにQRコードを添付し、本コードのリンク先でユーザーが商品の背景やストーリーを学び、自身のSNSで情報の拡散が出来る仕組みを構築し、ユーザー起点の「木桶仕込み醤油＝プレミアム醤油」の浸透を図る。

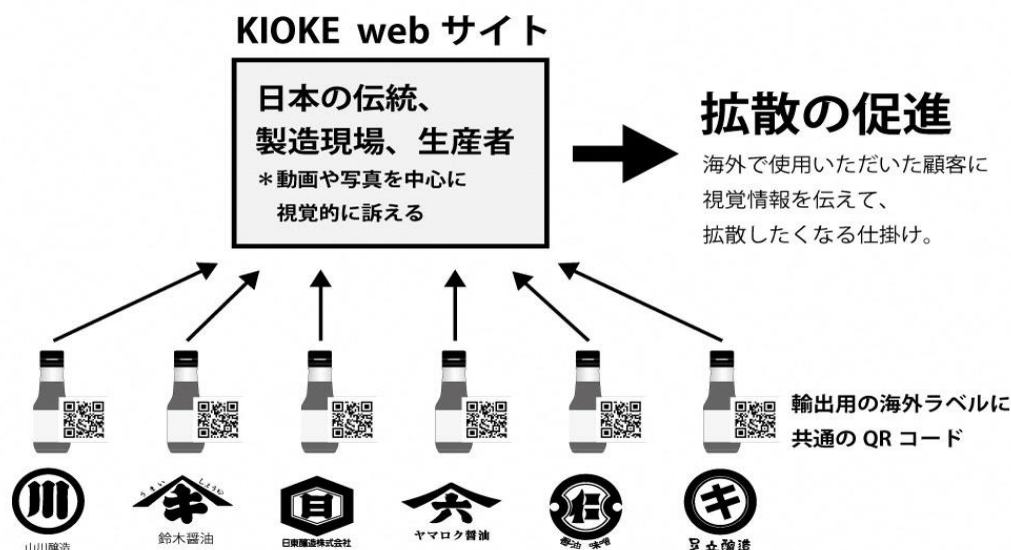
・弊社が主催する「木桶職人復活プロジェクト」にて、桶製作技術の継承及び木桶職人の育成をし、自社にて木桶を製作して増産を図る。

・2021年に新設した火入れ殺菌から充填までの衛生管理を徹底した工場について、2022年にISO22000認証を取得しており、今後も衛生管理を徹底する。

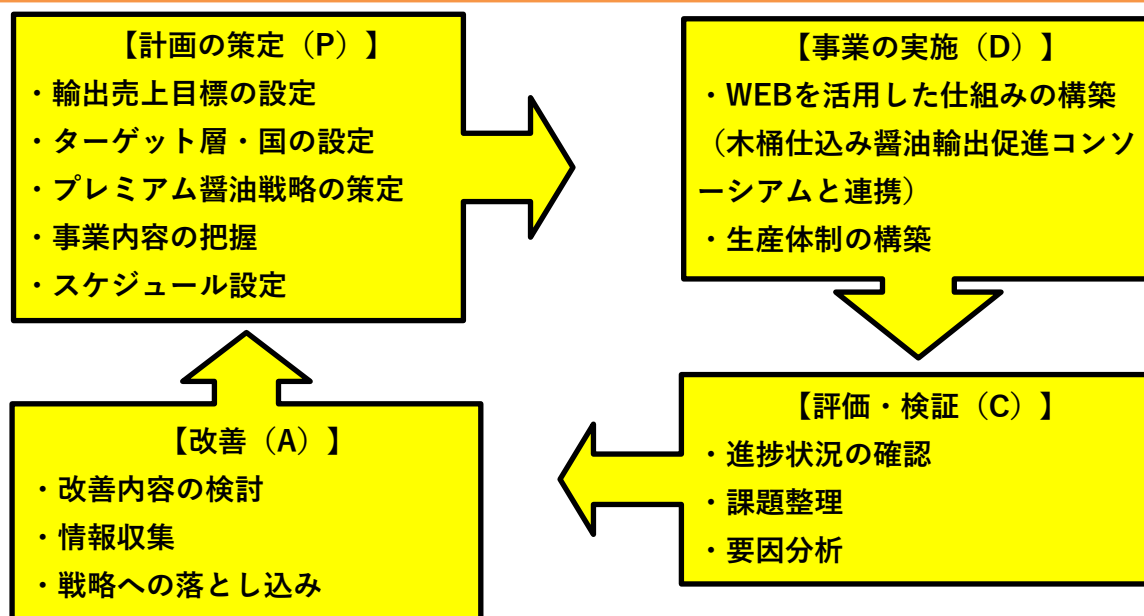
・木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムと連携した国内外の展示会出展等のプロモーションに取り組む。

木桶仕込み醤油の魅力伝えるWEBサイト（多言語化）

輸出用の海外ラベルにQRコードを付けることで、海外ユーザーを起点にSNSで情報拡散をする。（木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム）



3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



M5corporationとM&Jとヤマロク醤油の3社にて、月1回zoomにて打合せをする。

4. 輸出目標額

年度	2019年度	2030年度
輸出売上金額	14, 481, 991円	94, 000, 000円

- ・ 2030年度の木桶保有本数（90本）にて醸造できる醤油生産量での輸出可能量から目標金額を設定。
- ・ 輸出売上金額は輸出先を問わないが、主要ターゲットについては、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略において、味噌・醤油の国別輸出額目標に記載される米国及びワイン文化が浸透するEU諸国とする。