

1. 輸出における現状と課題

【現状】

・創業以来一貫して天然醤油にこだわり、木桶仕込みと天然水を使用した製法を守り続けており、速醸法を用いず、四季の変化を感じながら1年半以上の時間をかけて諸味を発酵・熟成させることで、独自の風味と深い旨味のある醤油を生み出している。

・令和3年に設立された「木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム」にも参加し、商談会への出展をきっかけに、令和4年から輸出への取組を開始、現在、EU諸国を対象としてさらなる輸出拡大を目指している。

【課題】

（生産・加工）

・輸出を拡大するためには、現状マーケットインの発想による商品開発が必要である。弊社は輸出経験の少ない小規模メーカーであり、弊社のみでは取組が難しい。

・醸造用の大型の木桶を製作する会社が少なくなっており、木桶仕込み醤油を増産したくても木桶が容易に入手できない。

（販売）

・大量生産される比較的安価な醤油が多く流通しており、嗜好品に位置づけられる高価格帯のプレミアム醤油は苦戦を強いられている。木桶仕込み醤油は嗜好品として高価格帯でも売れる仕組みを構築する必要がある。

・醤油が有する文化的背景や、発酵調味料としての機能性に関する情報の海外向けの訴求が不十分。

・展示会の出展やプロモーションが十分には出来ていない。

・海外のプロモーションにおいて、肉や魚介類など様々な食材を試食する際に、それぞれの食材に合う醤油を使用していない場合が多く見受けられ、醤油の魅力を最大限アピールできていない。食材にあった木桶仕込み醤油を使用することで、より食材を美味しく試食できるようにする必要がある。

・現在、ドイツへの直接輸出を行っているが、現地での営業等を行えていない。販路拡大には、現地に強い国内商社との連携が必要である。

2. 輸出事業計画の取組内容

(生産・加工)

現地ニーズに対応した商品開発

・現地調査結果やインポーターのアドバイスを踏まえつつ、グルテンフリーやオーガニック対応、ヴィーガンやコーシャ認証などの現地ニーズがあれば収集し、多様な醤油をもつ弊社とコンソーシアムの強みを活かすことで上記のニーズがあった際も商品開発・商品提案が可能である。

木桶増産等による木桶仕込み醤油生産体制の強化

・2011年秋より、子や孫の世代に本物の木桶醤油を残し伝えるために、「木桶職人復活プロジェクト」が立ち上がり弊社も参加している。そこで木桶醤油の需要増に備え、木桶職人復活プロジェクトと連携した木桶製作技術の継承及び木桶職人の育成による木桶の増産に取り組む。

・各社の製造余力を把握することで、大ロット注文に応じられるようなシステムを構築する。

(販売)

プレミアム商品としてブランディング

・プレミアム醤油としてのブランディングが不可欠であることから、既存の成分データの深化・強化を図り、ブランディングに活用する。大学研究機関と連携して優位性を分析・研究し、数値に基づいた特徴の可視化とエビデンスに一定の成果が得られており、今後も大学研究機関と連携して研究を続ける。

木桶仕込み醤油の差別化及び魅力発信

・木桶仕込み醤油の魅力を発信するための多言語WEBサイトをコンソーシアムで開設。今後も醤油の製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に位置づけられる木桶仕込み醤油の認知度向上を図る。

・コンソーシアムHPにおいて、弊社の紹介ページの製作、弊社の紹介動画をYouTubeで公開、木桶仕込み醤油の商品ラベルにコンソーシアム共通の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で情報の拡散ができる仕組みを構築するなど、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。

2. 輸出事業計画の取組内容

(販売)

積極的な輸出機会への参加

- ・コンソーシアムと協力体制を取ることで、輸出拡大実行戦略の品目別団体と連携した国内外の展示会へ出展する。

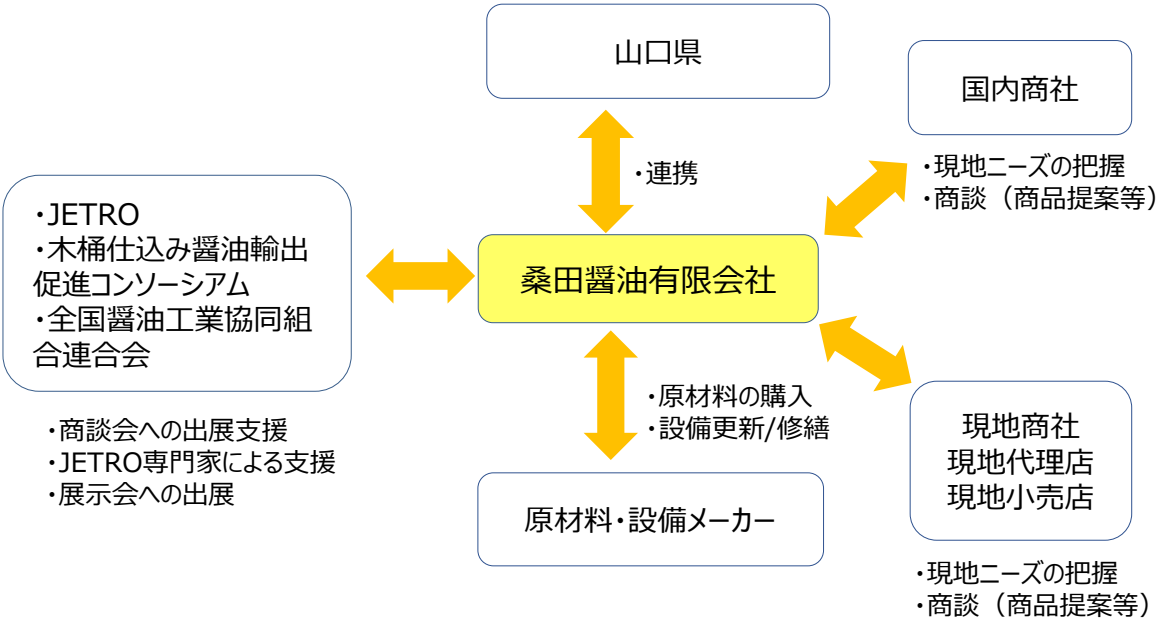
コンソーシアムの強みを活かした商品提案

- ・今後、国を挙げて輸出促進が図られる牛肉・豚肉・鶏肉などの肉類や、ぶり・たい・ホタテ貝などの魚介類などの輸出重点品目ごとに、弊社の醤油の中から、最もその食材に合う商品を提案することで、輸出増の相乗効果を見込む。
- ・弊社は小規模メーカーであるが、コンソーシアムと協力することで、コンソーシアムに参加している各社の商品と共に豊富なラインナップの提案が可能となる。

販路拡大のため、現地に強い国内商社との連携を強化

- ・加入したGFPから情報収集を行う。
- ・コンソーシアムと連携した商談会（フーデックス等）等へ参加する。
- ・コンソーシアム参加事業者（醤油メーカー、商社）と連携した輸出連携（共同輸出や国内商社への紹介等）を行う。
- ・国内商社のアドバイス等を踏まえた商品開発を実施する。

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



4. 輸出目標額

品 目		現状（2024年 9 月期） （2023.10～2024. 9）	目標年（2031 年 9 月期） （2030.10～2031. 9）
醬 油	輸出額(千円)	-	4,000
	輸出量（KL）	-	2,000
	輸出国先	-	EU諸国