

輸出事業計画

※申請者名：中川醸造株式会社 品目：醤油

1. 輸出における現状と課題

【背景】

醤油は、日本での長い歴史のある伝統的な調味料である。現在、国内市場では少子高齢化や食生活の変化に伴い、醤油の消費量が減少傾向。一方で、海外市場では日本食ブームが追い風となり、醤油の需要が年々拡大している。特に北米、欧州などの地域では、和食レストランの増加や家庭料理での日本食の採用により、醤油が調味料として広く受け入れられている。そこで、今後需要がより広がっていくとされる海外市場をターゲットとし、2025年から輸出の取り組みを展開することとした。

JETROや関係者の現地市場の情報をもとに、以下のニーズ及び懸念点があることを把握している。

【これまでの取組】

2025年度のJETRO輸出プロモーターに採択され、JETROと連携しながら輸出に向けた取り組みをしている。全醤工連が行う海外展開に向けた展示会出展などのプログラムに参加するため、事前準備を行っている。

【ターゲット国のニーズ及び規制等】

米国

ニーズ（米国）：米国では、日本の発酵食品市場が拡大しており、特に醤油が大きなシェアを占める。2021年度の発酵ソース市場の小売売上高は、過去2年間で40.9%増加し、その93%が醤油類である。このデータは、発酵食品への関心の高まりと市場拡大の可能性を示す。また、日本食文化の浸透が進み、日本食レストランの数は増加傾向にある。2022年時点で全米に2万3064軒の日本食レストランがあり、1992年（3051軒）の約7.6倍に増加した。2013年には「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、日本食の評価が高まっており、今後もさらなる市場成長が期待される。

米国の世帯所得中央値は2020年に約67,500ドル、10万ドル以上の所得を持つ世帯が全体の33%を占めている。高所得者層の増加に伴い、プレミアム食品への需要が拡大しており、高品質な調味料や発酵食品にも注目が集まる。

加えて、植物由来食品・ヴィーガン市場の成長も著しく、2022年時点で米国の植物由来食品市場は80億ドルに達し、過去3年間で44.5%の成長を遂げた。ヴィーガン食品市場は2022年に170億ドルと評価され、2031年までに310億ドルに達すると予測されており、年平均成長率（CAGR）は10.2%に及ぶ。この市場成長に伴い、ヴィーガンやグルテンフリー認証の取得が必要とされるケースが増えている。

さらに、米国ではエスニック料理への関心が高まり、調査では回答者の34%がエスニック料理に対する興味が増したと答えている。この動向により、エスニック食材や調味料の需要が高まり、一部の食品は他の料理スタイルにも応用されるケースが増えている。

（出典元：平成27年度 海外の日本食レストランにおける食材調達実態調査（北米）4ページ目
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/syokubun/gaisyoku/27houkokusyo/pdf/1.pdf>）

食品安全認証の取得も、米国市場において重要な要素である。企業の信頼性やブランド価値を向上させるだけでなく、大手小売業者や外食チェーンでは、取引先に対して食品安全認証の取得を条件とするケースが増加している。HACCPやFSSC 22000などの国際的な食品安全基準への準拠が求められ、サプライチェーン全体での安全性確保が重要視される。

米国の食品市場では、健康志向の高まり、日本食文化の浸透、高級・プレミアム食品市場の拡大、植物由来食品の成長、多様な料理への応用、食品安全認証の必要性といった傾向が見られる。

輸出事業計画

※申請者名：中川醸造株式会社 品目：醤油

1. 輸出における現状と課題

規制（米国）：米国へ醤油を輸出する際には、製造施設のFDA食品施設登録が必要であり、また、輸出前に食品の詳細情報をFDAへ事前通知する義務がある。さらに、ラベルはFDAのガイドラインに従って作成し、原材料やアレルゲン表示などを正確に記載しなければならない。加えて、醤油に使用される添加物や成分は、FDAの基準に準拠していることが求められる。

参考データ：

米国における日本の発酵食品事情

https://www.jetro.go.jp/ext_images/agriportal/platform/us/pf_lag_2303.pdf

米国の日本食レストラン動向調査

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2023/60677c66b878273d/pf_lag_2303.pdf

米国向け農林水産物・食品の輸出に関するカントリーレポート

https://www.jetro.go.jp/ext_images/agriportal/platform/us/pf_lag.pdf

平成27年度 海外の日本食レストランにおける食材調達実態調査（北米）

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/syokubun/gaisyoku/27houkokusyo/pdf/1.pdf>

海外有望市場商流調査（米国）

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2022/f4f46429a840ac14/202203.pdf

フランス

ニーズ（フランス）：フランスでは、日本食文化への関心が高まり、日本食レストランの数は2010年の約1,412店舗から2023年には約4,680店舗に増加している。特に寿司や焼き鳥が定番の人気を誇り、近年はラーメンなどのB級グルメも注目されている。こうした背景から、日本酒や醤油、ソース類などの日本食材の需要が拡大しており、フランス料理に日本の食材を取り入れる動きも活発化している。柚子や山椒などの調味料がフランス料理に活用される例が増えており、日本の発酵調味料にも関心が集まっている。

フランスの食品市場では健康志向が高まっており、オーガニック食品の需要が拡大している。フランスのオーガニック食品市場は、2011年から2021年の10年間で約3倍に拡大し、2021年には約120億ユーロに達したが、2022年には前年比4.6%減少し、2019年の水準に戻った。消費者の購買行動として、大手流通小売（GMS）でのオーガニック食品の購入が全体の53%を占め、次いで有機専門店が25%となっている。バイヤーの要求は厳しく、賞味期限や品質管理の徹底が求められる。米国同様、食品安全に関する国際認証が求められる可能性が高く、要望に合わせた国際認証の取得が必要となる。

また、グルテンフリーやプラントベース食品の需要も伸びており、2022年から2027年の間に年平均成長率（CAGR）6.12%で成長すると予測されている。フランスでは、ベジタリアンやヴィーガンなどの食生活を選択する消費者が増加しており、健康意識の高まりが食品市場の変化を加速させている。

高級・プレミアム食品への関心も強く、2017年にはフランスの有機食品専門店の売上高が約29億ユーロに達し、市場シェアの34.3%を占めた。フランスの三ツ星レストランでは、日本の調味料が料理の隠し味として使用される例が増えている。

これらの動向から、フランスの食品市場では健康、環境、品質に対する意識が高まっており、日本の伝統食材や発酵食品もそのニーズに適合する可能性がある。特に、和食の要素を取り入れた高品質な食品やオーガニック食品は、今後の市場拡大が期待される分野である。また、バイヤー目線では品質管理や国際認証といった食の安全に関するニーズが高い。

輸出事業計画

※申請者名：中川醸造株式会社 品目：醤油

1. 輸出における現状と課題

規制（フランス）：ラベル規制に従い、原材料やアレルゲンを正確に記載し、添加物はEU認可のものを使用し、基準濃度内であることを確認することが求められる。また、食品接触材規則に基づき、醤油が触れる容器や包装材の安全性を証明し、化学物質の食品への移行を防ぐ適合証明を取得する必要がある。さらに、包装、包装廃棄物の規則（PPWR）に沿ってリサイクル可能な容器を採用し、賞味期限と消費期限の両方を明記することが求められる。

参照データ：

フランス（パリ）における日本食レストランの出店状況及び日本食材の流通状況調査

https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2016/69ff8a7738729c0b/rp_research_jpst_Paris201603.pdf

フランスにおける日本食品市場概要

<https://www.eu.emb-japan.go.jp/files/100738011.pdf>

食のトレンド調査

https://www.jetro.go.jp/ext_images/agriportal/platform/fr/pf_prs_2303.pdf

EUへの農林水産物・食品の輸出に関するレポート

https://www.jetro.go.jp/ext_images/agriportal/platform/eu/pf_prs.pdf?utm_source=chatgpt.com

【課題】

①生産・製造

輸出にあたって、国内より厳しい認証がスタンダードになっている。（米国・フランス共通）

各国での容量、包装容器に対するニーズの対応。（フランス）

②加工（米国・フランス共通）

商談先の希望や現地ニーズに基づいた、製品開発の必要性。

③物流（米国・フランス共通）

輸出経験がなく、輸出ルートの確保ができていない。

④販売（米国・フランス共通）

諸外国向けラベル作成が必要のため、それぞれの基準に則った成分の分析が必要になる。

醤油は輸出先国の市場に普及しており、他社製品との差別化を明確にする必要がある。

輸出事業計画

※申請者名：中川醸造株式会社 品目：醤油

2. 輸出事業計画の取組内容

【生産・製造】

2026年のFSSC22000取得を目指し、製造プロセスを改善しマネジメントシステムを構築する。

（米国・フランス共通）

包材については包材メーカーとも連携しながらPPWRの規制をクリアしている包材を使用する。

（フランス）

【加工】（米国・フランス共通）

商談会や展示会を通して顧客ニーズを把握し、要望に合わせた商品開発に取り組む。

【物流】（米国・フランス共通）

輸出先国への輸送ルートを確認、物流体制を構築する。

【販売】（米国・フランス共通）

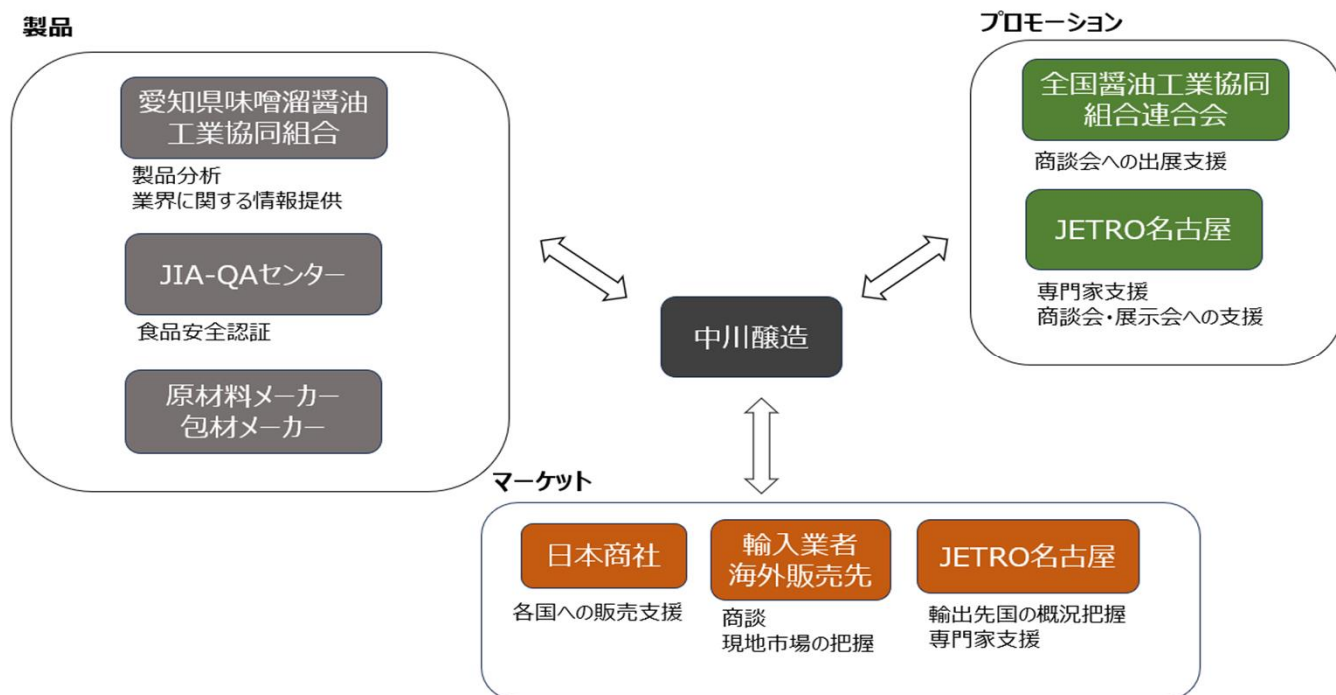
JETRO等と連携して展示会や商談会に参加し、販路拡大を目指す。

海外向けオンラインプラットフォームを活用して、認知向上を目指す。

英文での販促資料を作成し、PR活動を行う。

現地規制に則ったラベル表示の作成を行う。

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



【輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制】

P：展示会等を切っ掛けに輸出商社と連携を図り、規制やニーズの情報を経て輸出事業内容を検討

D：ユーザーと商談や協議し、規制の類も確認の上で商品を企画開発、提案

C：検討の進捗確認に現地訪問で評価、販売計画を確認

A：商品製造、販売し反応や反響を確認。必要によって改廃や追加アイテムを検討

輸出事業計画

※申請者名：中川醸造株式会社 品目：醤油

4. 輸出目標額

対象品目：
醤油

		現状 (令和6年)	目標年 (令和9年)
愛知県	輸出額	-	22,500千円
	輸出量	-	16,000ℓ
	輸出先国	-	米国、フランス