

オーストラリアへの輸出事例



ひかり味噌株式会社

海外営業3グループ^o 営業課長

小松 奈名江

HIKARI  MISO

企業概要

2036年に創立100周年を迎える長野県の味噌メーカー
無添加味噌や有機味噌などこだわりある商品を展開

味噌事業を通じて世界の楽しく豊かな食生活に貢献



- 1936年に長野県で創業した味噌メーカー
 - 厳選した自然由来の素材を用い安心安全、高品質でおいしい味噌をお届け
 - 日本に有機認証制度が確立する前から30年以上、**有機・オーガニック味噌**に取り組む
 - 味噌だけではなく、現代のニーズに合わせて、即席みそ汁や春雨スープなど、手軽で健康的な商品も多数展開
- アメリカ、イギリスに現地法人を持ち、海外事業の拡大に取り組む

輸出取組

日本の伝統食材「MISO」を世界に
年々輸出数量は好調に拡大傾向であり、更なる輸出促進を図っている

MISOの魅力とトレンドを世界に発信



- 北米、欧州を筆頭にアジア、オセアニアを含む世界55ヶ国以上に商品を輸出
- 2010年度からの海外輸出売上高は約**6倍**に拡大
- 世界基準の認証を取得
 - GFSI: FSSC22000
 - ORGANIC: USDA ORGANIC認証、EU有機認証、有機JAS認証
 - その他: KOSHER、HALAL
- 国際的な展示会に出展し、MISOの使い方や情報を発信

オーストラリア輸出の現状

メインストリーム、アジアングローサリー、スペシャリティストアなど多様な販路が存在

テイクアウト寿司店が無数に点在するユニークなマーケット

オーストラリアは味噌の輸出国TOP10常連国



- メインストリームであるWoolworth、ColesにASIANセクションが存在し、味噌、カレー、ワサビなど日本食品が陳列されている
- アジアングローサリーも多く、日本食品の取り扱いラインナップは圧巻
- テイクアウト寿司店が多く点在しており、日本食が身近な国
- オーストラリア向けの日本からの食品輸出は順調に推移しており、今後も注力すべきターゲット国である
 - 2023年度の日本からの輸出先として、輸出額は第9位
- オセアニア市場は、北米に近い
- 日本食材を取り扱うディストリビューターが多い

オーストラリア市場の特徴（規制編）

「Australia New Zealand Food Standards」等、独自の規制やルールに注意が必要

AU/NZならではのルール対応に注意



HIKARI INSTANT MISO SOUP WAKAME 12PK×18g (216g)
Ingredients: Soybean Paste 66% (Water, Soybeans, Rice, Salt), Water, Alcohol, Salt, Sugar, Flavour Enhancers (621, 627, 631), Wakame Seaweed (*Undaria pinnatifida*) (1.1%), Mineral Salt (508), Dried Bonito (Fish) Powder. **Contains: Soy, Fish**
Contains alcohol 4.7 mL/100 g (avg.), it will be reduced after preparation

NUTRITION INFORMATION		
Servings per package: 12		
Serving size: Approx 178g when produced according to the directions of one sachet		
	Avg Quantity per Serving	Avg Quantity per 100g
Energy	110 kJ	60 kJ
Protein	1.4 g	0.8 g
Fat-total	0.9 g	0.5 g
-saturated	0.2 g	0.1 g
Carbohydrate	2.1 g	1.2 g
-sugars	1.1 g	0.6 g
Sodium	820 mg	460 mg

- 原材料、添加物等が規制に抵触しないことはもちろん、独自の手続きやルールに対応する必要がある

- 添加物、アレルギー表記
- 栄養成分表示は有効炭水化物の値を採用、日本国内と計算方法が異なる
- 包材も規制が厳しくなりつつある（地域差有）

- 日オーストラリア経済連携協定を活用すると、輸入地側でEPA税率適用の恩恵を受けることができる

- 有機JAS認証品はそのまま有機として輸出が可能

- ただし取引確認書（TC: Transaction Certificate）が必要

今後の展望

販促活動、取引先との関係強化、オーストラリア専用商品の開発
販売の拡大及びブランド認知度の向上

海外食文化への「MISO」の定着を目指して



- 販売拡大、ブランド認知度を向上させ、味噌をはじめとする日本の食文化を発信するリーディングカンパニーを目指す
 - マーケットシェアの更なる拡大を目指し、取引先と継続的な取り組み強化を行う
 - 「MISO」のおいしさ、汎用性の追求
 - ひかり味噌のノウハウ x 現地嗜好に合わせた商品開発
 - 新規小売り業態への販路拡大
- サステナブルな社会の実現
 - 「世界の人々の健康で楽しい生活に貢献すること」という使命を未来にわたり実現すべく、環境対策、社会貢献の取り組み強化



ご清聴ありがとうございました

HIKARI  MISO