

日本の伝統食「油揚げ」を日本から世界へ！ 「考えて伝える」海外営業で販路を拡大

オーケー食品工業株式会社
海外営業部 部長
野寄 はるか

企業概要

商 号 オーケー食品工業株式会社

設 立 1977年9月

資 本 金 350百万円

本 社 住 所 福岡県朝倉市

営 業 品 目 味付いなりあげ、味付きつねあげ、油あげ、
冷凍きざみあげ、寿し具材、おでん種、惣菜、和菓子

従 業 員 数 562名（2024年3月末時点）



動物性原料を使わず、シンプルな味付けが海外でも大人気



すしあげリテールパック



業務用味付いなりあげ



常温いなりあげ

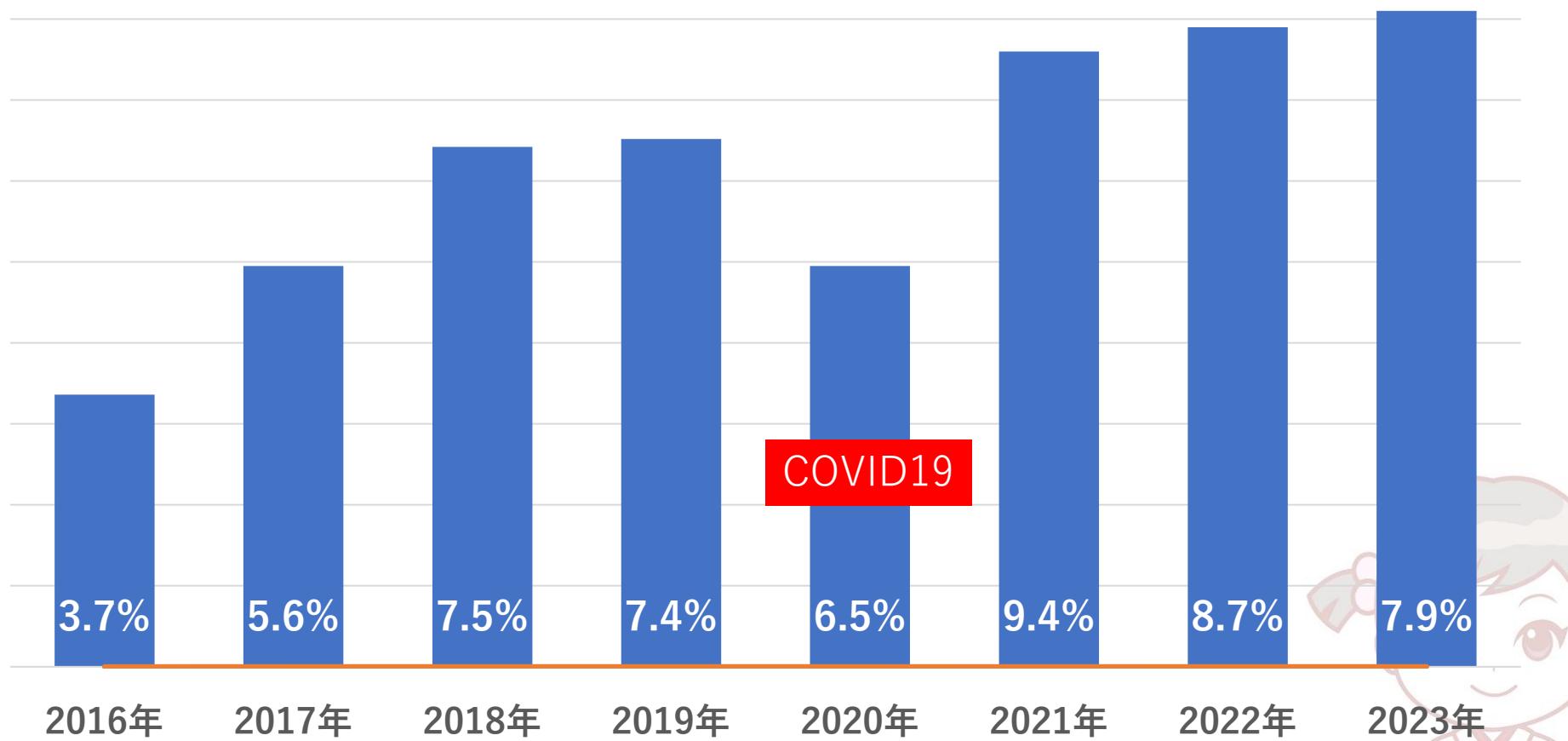
| 海外事業（沿革）

- 平成元年頃 博多や下関と釜山を行き来する行商人によって、細々と「味付いなりあげ」が韓国へ輸出され始める。
- 1990年代 国内大手寿司チェーンの米国進出により、「味付いなりあげ」の米国輸出がスタート。
- 2013年 海外営業部設立
ハラール認証取得※2021年更新停止
- 2016年 グローバル人材採用開始
- 2023年 コーシヤ認証取得



| 海外仕向売上推移と輸出比率

海外輸出は右肩上がり



海外事業 (2023年度輸出実績)

【輸出方法】

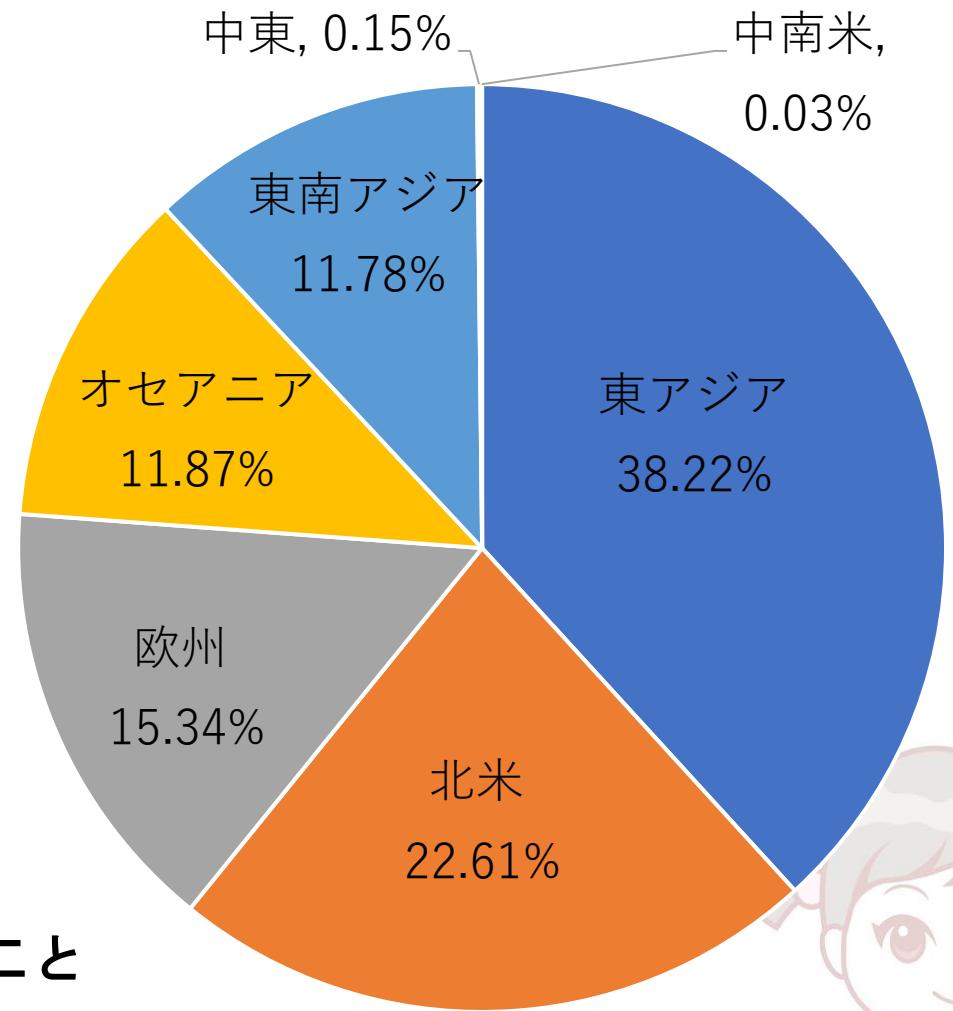
- ・国内商社をとおした間接貿易
- ・一部、直接貿易あり

【間接貿易にこだわる理由】

- ・与信管理がしやすい
- ・必要書類の管理容易
- ・想定外の顧客開拓ができる
- ・現地フォローをお願いできる

【大切にしていること】

- ・まかせっきりにしない
- ・定期的に現地に赴くこと
- ・戦略地域とビジョンを共有すること



| 海外輸出増加の背景（重点対策地域の設定）

中長期重点対策地域：イギリス、北欧諸国

- ・ベジタリアン、ビーガンが多い
- ・テイクアウト専門のすし屋が多い
- ・スシベンダーが点在している
- ・原発事故以降、中国産が多く流通
- ・「日本産」コンペティターが少ない状態だった



市場が求めるスペックを意識した商品設計。

– MSG（うま味調味料）の不使用

開発部門から「味が整わない」と使用しないことへの拒否感が大きかった。日本人と海外市場の味覚の違いや、食べ物に求める考え方の違いを説明しMSGを使用しない商品開発に理解を得た。

– 食用色素不使用商品

開発部門は「色むらによるクレーム防止」のために使用している色素を不使用で大量生産することに抵抗があった。色むらが生じる場合も、ユーザーへ事前の製品説明があればクレームを防止できることを説明し、色素を使用しない製品の開発を行った。



1. GFSI認証が必須

→FSSC22000取得

2. 遺伝子組換え食品の排除

→フライオイル、糖類原料などにも配慮

3. プラスチック包材規制

→足掛け4年で専用スペックを開発

4. サステナブルな原料調達・人権配慮の証明



サステナブルな原料調達・人権配慮の証明

北欧発のグローバル企業 (I社)

イギリスのスシベンダー (T社)

イギリスのスシチェーン (Y社)

持続可能な大豆のための円卓会議 (RTRS)
に加入しているか。

注 : RTRS-Round Table on Responsible Soy Association

(<https://responsiblesoy.org/?lang=en>)



サステナブルな原料調達・人権配慮の証明
→主要原料である「大豆」のSSAP認証で保証



国内外で流通する製品ダンボールに
「SUSTAINABLE U.S. SOY」ロゴを印字し、サス
テナブルな製品であることをアピールしています。

注：SSAP認証-Soy Sustainability Assurance Protocol
アメリカ大豆輸出協会 (<https://ussoybean.jp/>)





オ-ケ-食品工業株式会社

