

北海道味噌醤油工業協同組合

味噌・醤油・その他加工品等

基本情報

対象国 中国ほかアジア全域

輸出額 1億3,490万円

加盟者数 会員21社 賛助会員1社

主な販売先 外食・日系小売

活動地域 北海道

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 -

上海の日本食レストランで北海道産味噌・醤油フェアを開催し、認知度向上を目指す

北海道への認知度・好感度共に高いアジア圏の中で、特に組合員からの要望が多かった中国(上海)を最初の活動場所を選ぶ。日本食レストランのシェフにメニュー開発を依頼し、販売促進や認知度向上の機会となるフェアを開催。

団体概要

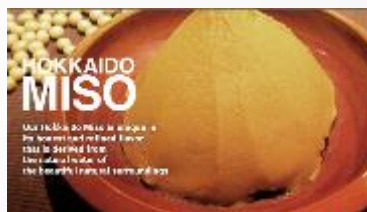
所在地 北海道札幌市

設立年 1974年

事業内容 原料共同購買・北海道産味噌醤油等PR事業・生産技術者育成事業

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- 北海道産味噌の製造技術向上を目指す「北海道味噌品評会」は40回を迎える歴史を持つほか、近年では親子料理教室による食育活動にも力を入れており、若い世代への北海道産味噌・醤油のPR活動を行っている。
- 少子高齢化による国内需要の縮小を見据え、2018年度に輸出に取り組む組合員を集め委員会を設置。「北海道味噌」の海外ブランディング事業として、海外(主にアジア)での認知度向上を目指す。
- 2019年には北海道産味噌の海外向けウェブサイトを公開し海外に向けての情報発信にも力を入れている。本サイトは上海視察時の意見を参考に制作され、英語と中国語に対応している。

取組の成果

- 輸出額：1億2,100万円（2020年）→ 1億3,490万円（2022年）→ 2億6,000万円（2031年目標）
- WebサイトPV：2022年 76,000PV（平均約6,000～7,000PV/月）
- オンライン商談：現在、3件の商談(中国)を進行中

取組のポイント

効果的なPR活動を推進し、「北海道産」ならではの品質の高さを訴求してブランディングを確立させる

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

現地の情報が少なく、個々の企業では商習慣や制度改正への対応が難しい

TASK

課題
2

効果的なPR活動の方法を検討する必要がある

TASK

課題
3

輸出における最適なパートナーを選定する必要がある

輸出成功のポイント

行政等とうまく連携し、
現地の市場を調査

上海への視察の他、JETROや行政と連携することで情報共有や人脈紹介等、障壁を下げるための支援を可能とする

北海道産としての付加価値を訴求ポイントとする

行政とも協力し、味噌・醤油以外の道産品ともタイアップして北海道産ブランドとしての付加価値をつけたPRを実施

クラスター取組ならではの行政支援活用

クラスターとして輸出に取り組むことによって利用可能となる補助金等の行政支援を活用し、効率的な輸出促進を図る

サプライチェーン別取組

レストランにフェアメニューの考案を依頼

- レストランのシェフにオリジナルのフェアメニューレシビを開発してもらうことで、現地の舌に合ったメニューが販売可能

北海道から直接輸送可能な商社との連携を目指す

- 北海道から直接中国へ輸送できる商社とパートナー提携することで、物流コストの削減を図る

北海道産という付加価値をつけて飲食店等に訴求

- 飲食店にて、他道産品との食べ合わせ等で付加価値をつけてPRを実施
- 飲食店でのPRによる認知度向上でB toC市場にも参入

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

組合内で協力できる部分と競合する部分を明確にし、海外輸出取組においては最大限協力して情報共有等の取組を推進することで、クラスターとして複数社が連携して輸出に取り組むメリットを最大限享受する。また、輸出取組の中でクラスター内のみならず、他道産品事業者とも協力して付加価値向上に努める等、波及効果も目指す。