

(一社) 木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム

木桶仕込み醤油・木桶仕込み醤油加工品

基本情報

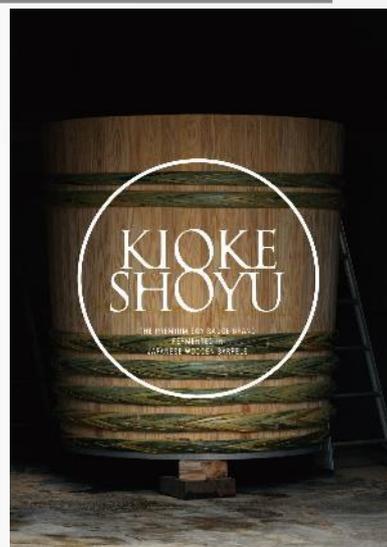
対象国	米国・EU	輸出額	1億2,389万円 (12月末)	加盟者数	26社
主な販売先	外食、小売	活動地域	全国	品目数	単一
希望スキーム	直接・間接輸出	備考	-		

同業他社26社の垣根を越え地域を跨ぎ協力し、木桶醤油のブランド化のため魅力を世界に発信

国内醤油メーカー26社が同業他社の垣根を超え連携して、「木桶醤油＝プレミアム醤油」としてブランディングを実施。WebやSNS上での情報発信に加え、現地での試食会などのリアル体験を通じてPRを推進している。

団体概要

所在地	香川県小豆郡小豆島町
設立年	2021年
事業内容	「天然醸造・木桶仕込み醤油」の海外販路拡大
認証取得	-
生産規模	-



取組の経緯 / 概要

- ・オーガニック、グルテンフリー、減塩、クラフト等の高価格帯でも売れる市場に向けて、天然醸造・木桶仕込み醤油をプレミアム醤油としてブランディングし輸出拡大を図っている。
- ・コンソーシアムのメンバーが参加している「木桶職人復活プロジェクト」は多くの海外メディアから注目されており、CNN (米国)、BBC (英国)、ル・モンド紙 (フランス) といった各国の主要メディアやNETFLIXなどでも取り上げられている。
- ・コンソーシアムにはメーカー以外の人材も参加し、専門領域を生かし団体を運営。全国各地から集まったメンバーは、オンライン会議やチャット等を通じてスピーディに連携している。
- ・長期的には、世界の醤油市場の1% (金額ベース) を木桶仕込み醤油にすることを目指す。

取組の成果

- ・輸出額：6,432万円 (2019年度) → 1億2,471万円 (2021年度)
→ 1億2,389万円 (2022年度12月末) → 1億3,000万円 (2025年度目標)
- ・WebサイトPV：約1万3,000PV (2022年1月1日～12月31日) ※81ヵ国からアクセスあり

取組のポイント

「木桶仕込み醤油」の特長を明確にするとともに、業界を底上げして海外流通業者・消費者への情報発信に注力

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

木桶仕込みとタンク仕込みの醤油の品質の差異が不明瞭で、根拠に基づいたPRができない

TASK

課題

2

商品のそのものの売り込みだけではプレミアムな商品としての付加価値を伝えきれない

TASK

課題

3

輸出経験のないメーカー、経験が少なく利益を上げられていないメーカーも存在

輸出成功のポイント

木桶仕込み醤油の特長の研究

「木桶醤油＝プレミアム醤油」のエビデンス獲得に向け大学機関と連携して分析、木桶醤油の特長（香り成分等）を発信

同業者と連携し背景や製造過程の情報を発信

「プレミアム醤油」として付加価値を上げるため、歴史や職人の技術、自然との関わりに注目した製造ストーリーを発信

研修や輸出向け展示会出展による底上げ

輸出事業者のスキルアップ研修会やFOODEXへの出展・商品の共同提案により事業者全体のスキルを底上げ。また、海外現地情報提供や輸出の実体験等を適宜実施

サプライチェーン別取組

現地ニーズを踏まえた商品開発

- FOODEXでの商談時や現地試食会で反応を見て輸出先のニーズに合った商品開発の足掛かりとする（商品開発自体は個社で対応）

海外流通関係者へのPR

- 米国のラーメン店とのコラボ商品の販売や、現地シェフ・インポーターを招いた試食会イベント等で、海外流通関係者へのPRを実施

国内外の輸出向け展示会への出展

- 業界全体で展示会の共同運営・共同プロモーション
- 木桶醤油のPRと共に、海外バイヤーの嗜好や輸出規制の情報収集を実施

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

Webサイト等を通じて、海外消費者にワインと同様の嗜好品という木桶仕込み醤油のイメージを広げ、科学的根拠を裏付けとしてブランド化を推し進める。各種勉強会の実施や展示会への共同出店により輸出未経験のメーカーも含めた底上げを図り、他品目とも連携しながらコンソーシアム全体で木桶仕込み醤油の輸出拡大を実現する。長期的には、世界の醤油市場の1%（金額ベース）を木桶仕込み醤油にすることを目指す。