

全国納豆協同組合連合会

納豆

基本情報

対象国 中国・アメリカ等

輸出額 15億8,707万円（1月末）

加盟者数 102 社

主な販売先 現地小売等

活動地域 全国

品目数 単一

希望スキーム 間接輸出

備考 -

日本食の認知度上昇・健康志向の高まりを活かし、会員相互扶助の精神で輸出促進を目指す

日本食の認知度が年々向上してきている。また、世界的に健康志向が高まっているため、富裕層を中心に日本食の安全性や健康性を訴求することで納豆の輸出促進を目指す。

団体概要

所在地 東京都荒川区

設立年 1954年

事業内容 表示の統一化、市場拡大のためのPR事業
知見共有、国際規格の策定等

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯 / 概要

- ・少子化・若年層の日本食離れ等、国内の需要が減少の一途をたどる中で次世代の食の担い手を発掘していく必要が出てきた。
- ・世界的な日本食の認知度向上・健康志向の高まりにより、海外でのニーズが多くなっていると認識し、輸出の機運が高まった好機を活かして輸出取組を推進。
- ・供給力も多くあるため、納豆事業者一丸で協力して課題解決に努め、機会損失が起きないよう会員内のナレッジ共有やマッチング等を行っている。

取組の成果

- ・輸出額：16億8,500万円（2021年）※財務省貿易統計より
→15億8,707万円（2022年1月末）→50億円（2030年目標）
- ・WebサイトPV：1年間 約10,000PV（800PV/月）（2023年目標）

取組のポイント

納豆事業者一丸となり、健康志向の高まりに合わせて認知度向上・新規需要の開拓を図る

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK
課題
1

納豆の認知度の向上

TASK
課題
2

輸出に関するナレッジ不足の解消

TASK
課題
3

粘性食品に対するとっつきにくさの解消

輸出成功のポイント

健康的なイメージのある
日本食として訴求

健康志向の高まりをうけ、納豆という日本伝統の食品が健康の観点で魅力的であることをPRする

クラスター内でナレッジを共有

輸出の知見が豊富な組合員が知見の少ない組合員に対し、蓄積した知見を共有する等競合ではなく共同での輸出促進を図る

不安感を解消して試食を促すPR

HPの多言語化・多言語説明資料の電子データ添付等、現地消費者に試食を促す発信に注力する

サプライチェーン別取組

ターゲット国における納豆市場調査の実施（予定）

- ・ 納豆の認知度の向上程度やニーズを把握し、組合内で相互発信することで効果的な商品選定・開発を可能とする

多言語化したHPでの発信

- ・ HPを他言語化することによって納豆周辺情報の発信
- ・ SNS等も活用してHPへ誘引する施策を実施

HPの原稿を基にした販促物のデータ制作

- ・ リーフレット、ポスター等HPの原稿を基にした販促物のデータを制作し、粘性食品である納豆のとっつきにくさを組合一丸で解消する

商品選定・開発

販売

今後の輸出拡大に向けて

健康食としてのニーズを掘り起こしつつ、観光地での納豆づくり体験やホテルでの朝食取組等、インバウンドとも連携した需要創出を図る。