

発酵を核としたローカル食品輸出拡大 コンソーシアム

味噌・醤油・日本酒・納豆等

基本情報

対象国 米国

輸出額 1.5億円（米国向け）

加盟者数 11社

主な販売先 外食、小売

活動地域 東北・北陸

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 -

発酵食品メーカー共同の「発酵」の世界発信に よるブランディングを通じて輸出拡大を図る

地方の発酵食品メーカーが集い、来日/海外の発酵文化体験・試食会等で発酵食品をブランディング。商談機会も積極的に創出し、輸出拡大・「発酵」の世界共通語化により、中小メーカーの魅力ある発酵食品を後世に伝承する。

団体概要

所在地 福島県郡山市

設立年 2022年

事業内容 発酵を核とした地方の食品製品の
産地横断的な海外販路開拓

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- ・「Hakko（発酵）」は米国で注目が集まっている一方、大手メーカーが十分に参入しておらず中小メーカーの参入チャンスが見込まれる分野であることから、新規輸出需要の喚起と海外販路拡大を目的に、発酵食品メーカーを中心として地域横断の形でコンソーシアムを組成
- ・米国に小売・外食に幅広い販路を持つ事業者が事務局を務め、ネットワーク・ノウハウを生かし、ニューヨークの農林水産物・食品輸出支援プラットフォームとも連携しながら、コンソーシアムの取組を推進
- ・将来的には「Hakko（発酵）」を「Sushi」、「Ramen」と並ぶ世界の共通語化させ、地方の中小メーカーの加工食品輸出のすそ野を広げ、2030年5兆円の輸出額目標達成に貢献したい

取組の成果

- ・輸出金額（米国向け）：約1億5千万円（2021年度）→約8.7千万円（2022年度実績（※））→2億円（2023年度目標） ※所属メーカーの変更による減
- ・コンソーシアム企業による対米新規輸出件数：5件（目標）→3件（50万円：2022年度実績）
- ・英文記事掲載数：7件（2022年度実績）

取組のポイント

発酵食品の魅力の発信・現地での消費方法を提示しながら、参画メーカーの知識底上げも行い、輸出拡大を図る

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

米国で発酵が注目されており、日本の発酵食品は質が高い一方で魅力が十分伝わっていない

TASK

課題
2

従来イベントでは、実際の外食・小売店での商品取扱に繋がらないケースが多かった

TASK

課題
3

地方の中小メーカーの中には輸出経験がない・経験が乏しいメーカーが存在

輸出成功のポイント

発酵食品の 魅力発見機会の提供

米国のバイヤー・シェフ・ジャーナリスト等を招き、発酵文化体験・喫食機会を提供し、発酵食品の魅力を感じてもらう

キーパーソンの見極め・ 現地での消費方法の提示

現地で影響力のあるバイヤー等を特定・巻き込み、実際に現地消費されるよう現地料理へのメニュー提案等で出口を創出

コンソーシアムを通じた 輸出機能の提供

日系商社など既存のインポーターに加え、コンソーシアムに商社機能を付加して新たな商品を売り込み

サプライチェーン別取組

コンソーシアムによる 統一ブランドの商品開発

- ・ 発酵を切り口に、メンバー企業による統一ブランド商品を開発
- ・ 開発商品は米国イベントでのテスト販売やPRを実施

来日招聘/渡米による バイヤー等の需要開拓

- ・ 現地バイヤー・シェフ等を招聘し発酵文化体験・商品試食等で認知度を向上
- ・ 米国San-Jでセミナー・試食会等を行い新規需要を開拓

ターゲットを絞った オンライン商談会

- ・ 対面商談が未解禁の大手オーガニック小売店を対象にオンライン商談会を実施
- ・ PR事業等で得た知見を踏まえ、精度の高い商談を実現

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

一定の売上確保の為に、海外で縮小傾向にある日本人コミュニティによる貢献は低いと思われることから、現地系に参入する必要がある。ただ、認知度向上と販路構築の取組みを行う際、えてして日本人コミュニティ内でその取組が終始してしまうケースが多くみられ、結果として、海外での取組みにも関わらず、現地系への訴求が不十分と思われる。よって、認知度向上の発信にせよ販路獲得のアプローチにせよ、現地系に如何に効果的に訴求するかを念頭に置いて取組みを進めていきたい。