

群馬県醤油味噌工業協同組合

醤油・味噌

基本情報

対象国 アメリカ等

輸出額 約17万円（1月末）

加盟者数 10社

主な販売先 小売

活動地域 群馬県

品目数 複数

希望スキーム 直接輸出

備考 -

米国発酵市場に向けたプロモーションを実施し、認知度とブランド力向上を目指す

発酵食品の需要が高まりつつあるアメリカに向けて醤油・味噌商品の市場獲得を目指し、現地消費者のニーズを的確に把握したうえでマーケティング活動を実施して販路開拓・市場獲得に係る取組を実施。

団体概要

所在地 群馬県前橋市問屋町1-4-4

設立年 1911年

事業内容 マーケティング活動による販路開拓・市場獲得等の実施

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯 / 概要

- ・群馬県の醤油・味噌は、出荷量が全国上位にあり、県の重要な産業のひとつであるが、今後の国内消費量の減少を見据え、米国で日本の発酵食品の市場拡大を目指す。
- ・米国バイヤーや消費者に醤油、味噌について「知ってもらう」「伝える」「体験する」等の施策を実施し、日本の発酵食品の認知度及びブランド力の向上を図る。
- ・新たな販路開拓を目指すとともに、醤油・味噌の海外普及に向けて、組合員の海外輸出への士気向上を図り、地域経済の活性化につなげていく。

取組の成果

- ・輸出額：0円（2021年度）→約17万円（2022年度1月末）
※組合としての活動による輸出額のみであり個社での輸出額は含んでいない
- ・米国現地メディア「The Japan Media」での記事掲載とPR：月間5万PV（2022年12月）
- ・サンフランシスコのセレクトショップ「SF76」での試験販売による適正価格や商品パッケージについてのリサーチ：参加予定人数は約9,000人、販売予定数は1商品につき20程度

取組のポイント

「発酵」をキーワードとして現地ニーズの把握・商品開発・マーケティングを実施し、市場獲得を目指す

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題
1

米国バイヤーや消費者に対し、日本の発酵食品の認知度及びブランド力が低い

TASK

課題
2

一般家庭への更なる味噌・醤油の浸透を図るため、レシピや使い方を伝えたい

TASK

課題
3

米国における現地ニーズを把握したうえで商品開発・商品改良を進めたい。

輸出成功のポイント

日本食に関心が高い層へのアプローチ

日本文化・日本食の情報を伝えるメディアへの掲載や日本食ファンコミュニティを活用したSNSプロモーションを実施

オンライン料理教室を活用したプロモーション

オンライン料理教室で味噌・醤油を使用したレシピを紹介することで魅力や使い方を伝え、認知度向上や販売に繋げる

実店舗での試験販売によるリサーチ

日本の商品を取扱うセレクトショップで試験販売を実施し、適正価格や商品パッケージ等リサーチの上商品を開発・改良

サプライチェーン別取組

イベントや試験販売による現地ニーズのリサーチ

- ・ オンライン料理教室で米国消費者の意見を吸いあげて商品開発に活用
- ・ セレクトショップでの試験販売で適正価格やパッケージについてリサーチ

米国内における安定供給体制の構築

- ・ キー店舗（SF76）を主軸にホールセール等新たな取引先を獲得を目指す
- ・ ECサイトでの展開も実施

認知度向上を目的としたプロモーションの実施

- ・ 展示会等を継続して実施
- ・ SNS等の様々なメディアでPRして認知度向上を図る
- ・ 日本の健康食材を「発酵」をキーワードとして訴求

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

組合としての輸出取組は今年度より開始いたしました。テスト販売やプロモーションにより専門家やお客様より意見を頂きました。来年度以降はその意見を取り入れた商品開発を進めてまいります。また、現地のニーズに合わせた調理方法、味付け、レシピ提案等についてSNS等を通してプロモーションしつつ展示会への出展や継続的なイベントにも取り組んで参ります。