

宮城県味噌醤油工業協同組合

お話を伺った方

左：専務理事 横山 充洋 さん
右：業務第一課長 平野 敏正 さん



「仙台味噌」のブランド認知度向上に取り組んで輸出へ！

「仙台味噌」は、仙台藩主伊達政宗公が軍用みそを他に頼らず自給しようと考え、城下に「御塩噌蔵」と呼ばれるみそ工場を建てたことが始まりと言われています。うまみ成分であるグルタミン酸や香りが非常に豊富であるという特徴を有した仙台味噌は、国内において赤味噌の代表格として長年認知されてきました。

組合では、仙台味噌・醤油の品質向上のために、昭和27年から「本場仙台味噌・醤油鑑評会」を毎年実施しており、組合員のレベルアップを図っています。

そのような中、組合の青年部を中心に輸出の拡大を目指す組合員が集まって、「SENDAIMISO JAPAN」として輸出に向けた取組を実施しています。これまでに「仙台味噌」を紹介する動画やリーフレットを多言語で作成しました。最近では、地元大学からの紹介で、韓国へ訪問。小売店の視察、現地大学の学園祭での宮城の「芋煮」ブースの出展などといった活動を行っています。

また、研究機関と協力し、他地域の味噌と比較した「仙台味噌」の個性を科学的に分析し、プロモーションに活用しています。



英語版Webサイト



外国語の「仙台味噌」の共通ロゴが入った海外向け商品

組合の将来を担う若手が中心となって輸出の取組を進め、組合がその取組をバックアップするという体制をとりながら、世界に「仙台味噌」のブランドを広げていきます。

Q. 取組を始めたきっかけは？



輸出に関心はあっても、知識や機会が無くて取り組めていない事業者が多くありました。仲の良い若手経営者を中心に「SENDAIMISO JAPAN」が立ち上がったので「じゃ、そこでやってみよう！」ということになりました。

Q. どんな課題がありましたか？



「仙台味噌」は国内での知名度はありますが、海外バイヤーや消費者の認知度はゼロでした。このため、まずは海外での「仙台味噌」の認知度を上げないことには輸出にも取り組めないと考えました。

Q. 工夫した点は何ですか？



組合員の全てが輸出を目指している訳ではないので、「SENDAIMISO JAPAN」が主体的に輸出の活動をするとし、組合はその活動を全面的にバックアップするという体制としました。

Q. 今後の取組は？



「仙台味噌」をPRする媒体は出来たので今後はこれを活用して「仙台味噌」の認知度を上げつつ、海外の展示会や商談会への参加や海外日本食レストランでの採用を目指して取り組んでいくこととしています。

団体概要

所在地 宮城県仙台市

会員数 35社

設立年 1947年

HP <http://www.omiso.or.jp>

STEP 1/4

令和5年1月
「SENDAIMISO JAPAN」の立ち上げ



STEP 2/4

令和5年3月
仙台味噌をPRする多言語（英語・中国語）版の動画やリーフレットを作成・公開



STEP 3/4

国内外の展示会への出展や認知度向上に向けた情報発信



STEP 4/4

減塩など海外のニーズに合った輸出向け「仙台味噌」の開発についても模索しながら、本格的な輸出へ



輸出までの道のり