

農林水産大臣賞

オタフクソース 株式会社 (広島県広島市)

お好みソース
焼そばソース
トンカツソース

・アメリカ
・韓国
・台湾 他

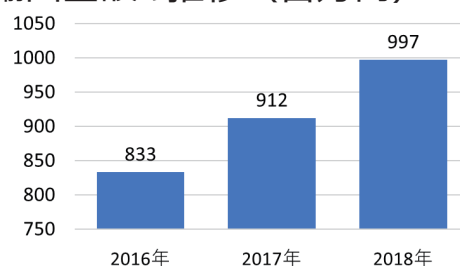
体験でファンづくり、現地在「美味しい！」味づくり

取り組み内容

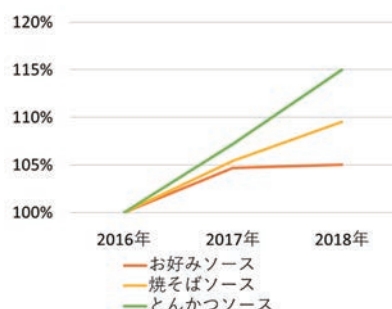
- 広島駅にお好み焼き体験エリアをつくり、海外観光客にお好み焼き文化を楽しんで頂く場を提供。認知を進め、記憶に残してもらい、現地での販売促進につなげる。
- 展示会や現地スーパーでの試食会で現地の嗜好を把握。現地の好みに合わせた商品選択、商品開発。
- 輸出の取組みは、商社を通した輸出から開始し、直接輸出、現地法人を設立。

輸出実績の推移

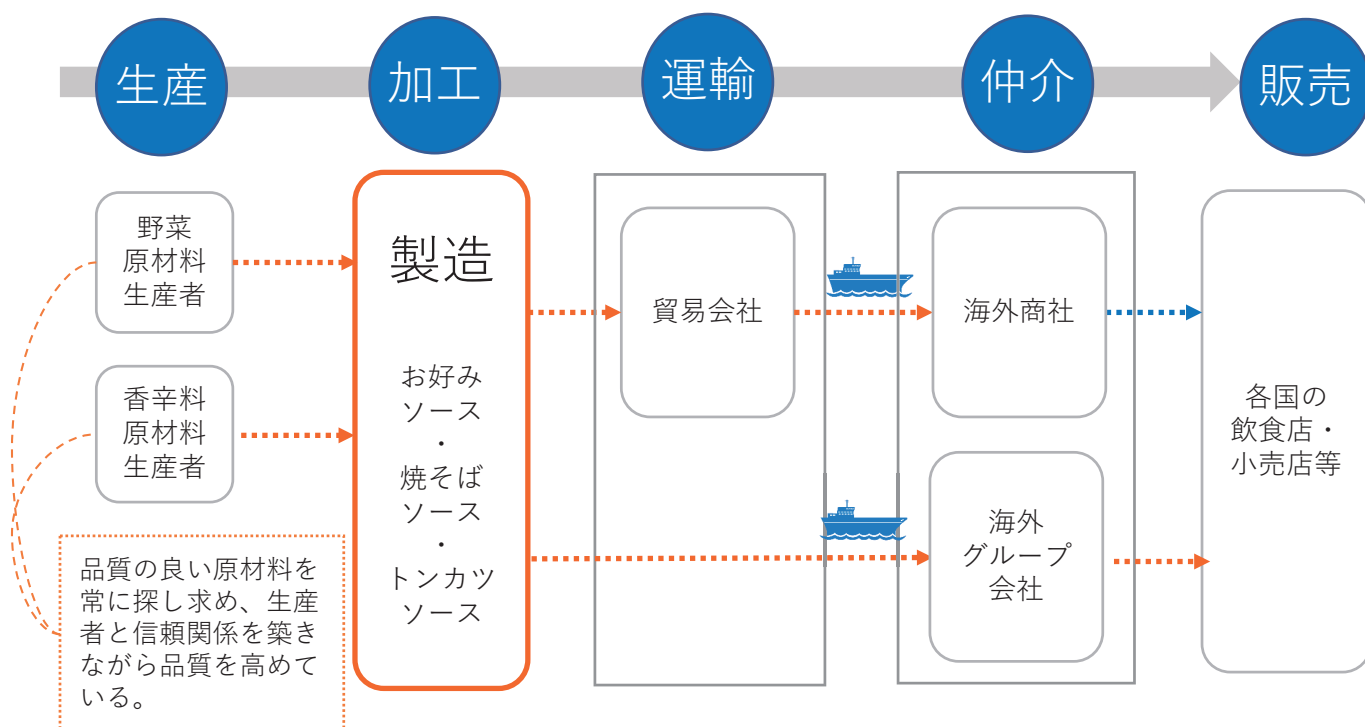
輸出金額の推移（百万円）



輸出カテゴリー別前年度比（%）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 戦前、ハワイへの広島からの移住者が多く、日本の食べ物を食べたいニーズに対応し、創業者が現地日本人向けに醸造酢の輸出を開始。戦後に製造を開始したお好みソースの輸出を商社経由で開始。
- 海外の日本食飲食店増加とともに、飲食店からのニーズが増加。日本食ブームとともに需要が増加し、商社経由から直接輸出に変更。

課題と解決のポイント

👉 規制への対応

アメリカへの直接輸出を行う際、FDAによる規制により、従来から材料として用いている肉由来の成分の使用が難しく、そのままでは現地に輸出ができない。

味を損なわずに肉由来の成分を使わない作り方を研究開発し、輸出可能とした。また、その結果、現地ベジタリアンにも受け入れてもらえる商品となった。

👉 コナモン文化づくり

日本食ブームもあり、現地にお好み焼きの飲食店が徐々に広まりつつも、消費者への浸透までには今一步の状況である。

日本では当たり前の「コナモン」は、海外の人たちには馴染みがない。「お好み焼きづくり体験」の場を提供して身近に感じてもらい、帰国後「またあの味を食べたい！」ニーズにつなげていく。

👉 現地嗜好に対応

海外の試食会等で「お好みソースが塩辛い」という感想があるなど、日本の商品のままでは現地の嗜好に合わない場合がある。

現地の嗜好に合わせた味や香りとなるよう、試食会のフィードバックをもとに製品開発。アイテム数が多くなるが、小ロット対応可能な設備を使い、生産を可能にしている。



イギリス最大級のジャパンフェスティバル展示



お好み焼きづくり体験スペース
「OKOSTA-オコスタ-」



ベトナムでの試食販売

今後の展望

- 国内での「お好み焼き体験」スペースの提供や、展示会出展を積極的に行い、「コナモン文化」を広める一躍となる。
- 日本食ブームの機会を活かし、商社との連携を継続し、新市場への開拓を得、各国の食文化にあう商品への開発と改良を常に行っていく。