

輸出事業計画

※申請者名：朝倉調味料株式会社、品目：発酵調味料

1. 輸出における現状と課題

【輸出における現状】

福岡県内における麴を使用した新しい発酵調味料については、福岡県醤油醸造組合と組合の各醤油メーカーが共同で研究開発を行っており、当社の鰯を使用したものだけでなく、鯛やヒラマサを使用したもの、鶏肉や豚肉を使用したものなどがすでに流通している。

また、グルテンフリーな調味料については、昨今の健康志向の流行も相まって、非常に多くの商品が開発されている。現在、世界的に「発酵」や「麴」の効果が注目されてきており、新しい発酵調味料が広がる機運が高まっている状況だと考えている。

【輸出における課題】

○輸出品目：海醬 ・ ターゲット国：台湾

- ・製造：原料（鰯）の安定確保
- ・販売：販路開拓と商流の構築
現地市場での認知度不足

○輸出品目：米醬 ・ ターゲット国：台湾・米国

- ・製造：原料（加工用米）の安定確保
食品表示規制に適合したラベル表示の整備
- ・販売：販路開拓と商流の構築
現地市場での認知度不足

2. 輸出事業計画の取組内容

○輸出品目：海醬 ・ ターゲット国：台湾

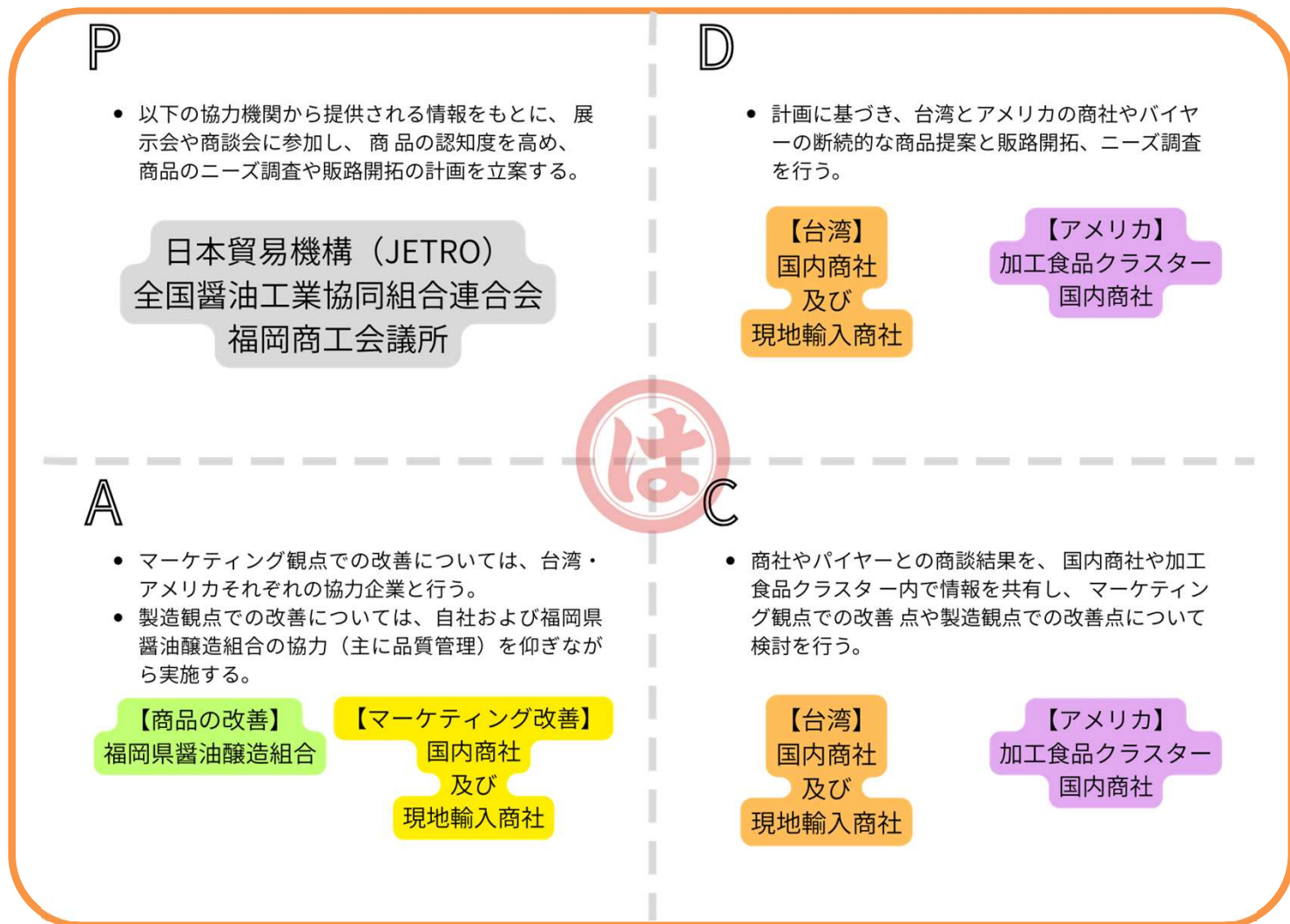
- 原料（鰯）の安定確保
複数の取引先と提携することで供給量の確保・増加とリスクの分散を図り、安定した供給体制の構築。
- 販路開拓と商流の構築
小売販売と業務用販売の2つの形態で展開。LiveコマースやE Cサイトでの商品P R。
- 現地市場での認知度不足
展示会や商談会に継続的に参加し、現地市場の動向や消費者・業務用のニーズを把握。
商品の希少性や産地・製造背景などのストーリー性を含めたブランド価値や品質の訴求方法を検討。

○輸出品目：米醬 ・ ターゲット国：台湾・米国

- 原料（加工用米）の安定確保
組合に加え、新たに米卸売業者との連携を検討（共通）。
- 食品表示規制に適合したラベル表示の整備
国内商社や商談先において表示内容・表示方法を確認してもらい、ターゲット国の表示規制に適合したラベルを完成させる（共通）。
- 販路開拓と商流の構築
小売販売と業務用販売の2つの形態で展開。LiveコマースやE Cサイトでの商品P R（台湾）。
現地のナチュラル系・オーガニック系スーパーとつながる輸入商社の選定を進める（米国）。
- 現地市場での認知度不足
展示会や商談会に継続的に参加し、現地市場の動向や消費者・業務用のニーズを把握（共通）。
グルテンフリー・ヴィーガン対応や無添加であることや産地・製造背景などのストーリー性を含めたブランド価値や健康志向・自然派の需要への訴求方法を検討（台湾）。
農林水産省の補助事業を申請し、PR活動等を計画。安心・安全・健康志向、日本産の信頼性の訴求を行い、ブランドの確立と浸透を図る（米国）。

※申請者名：朝倉調味料株式会社品目：発酵調味料

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

品目：発酵調味料	現状年 令和6年度	目標年 令和11年度
輸出額（千円）	0	17,680
輸出量（L）	0	3,400
輸出先国	-	台湾、米国