

# 輸出事業計画

## ※申請者名：伊勢藏株式会社、品目：醤油、味噌

### 1. 輸出における現状と課題

#### 【現状】

2021年8月の輸出開始以降、米国のAmazonやノルウェー、シンガポール等へ販路を拡大してきた。2026年2月時点の最新実績では、輸出額は自社売上の6.3%に達し、当初の目標を達成。現在は米国を筆頭に、ドイツ、オーストリア、シンガポール等へも販路が広がっている。

#### 【課題】

##### 製造課題①「生産能力の拡大と衛生管理」

輸出受注の増加に伴い生産能力の拡大が必要。米国FDA規制やHACCP導入への継続的な対応も重要。

##### 物流課題①「国内輸送ルートの最適化」

数量増加に伴い、コスト削減のための最適なルート検証が必要。

##### 販売課題①「高付加価値ブランディングと用途提案」

木桶仕込みの希少性を訴求するだけでなく、現地の食文化に合わせた用途提案が必要。

##### 販売課題②「差別化情報の訴求不足」

醤油の文化的背景や発酵食品としての機能性に関する情報発信が必要。

##### 販売課題③「積極的なプロモーション」

自社単独では展示会出展や継続的な商流構築が困難である。

### 2. 輸出事業計画の取組内容

#### 製造取組①「増産体制の構築」

工場面積の拡大を視野に入れた計画見直しを行い、これまで困難だった充填機等の設備を導入し、生産体制を整える。また、需要の高い輸出用商品の生産量を順次拡大。

#### 物流取組①「中部地区の港湾・空港活用」

受注サイクルが安定したタイミングで、中部地区からの出荷による物流コストを比較・検証し、最適なルートについてパートナー商社と検討する。

#### 販売取組①「ストーリーブランディングと用途提案」

「木桶仕込み」を高付加価値商品としてブランディングし、現地食材を引き立たせる用途を提案する。

#### 販売取組②「デジタル発信と機能性訴求」

木桶仕込みコンソーシアムの多言語サイトや自社サイトの多言語化を通じて情報を発信する。

#### 販売取組③「支援機関との連携による展示会参加」

支援機関と連携し、展示会へ継続的に出展し、商流の継続・更新を図る。

# 輸出事業計画

※申請者名：伊勢藏株式会社、品目：醤油、味噌

## 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

### ACTION

- ・実施計画の修正及び改善
- ・現地トレンドや消費者のニーズ、現地レストランのシェフのニーズに合わせた商品の改良、新商品の開発
- ・工場面積拡大に伴う設備投資の実施

### PLAN

- ・展開対象国や商品の選定
- ・展示会出展計画の策定
- ・商品コンセプトや提案内容など販売戦略の策定

### CHECK

- ・全国醤油工業協同組合連合会、四日市商工会議所、国内商社等と協議し、実施計画に必要な修正及び改善点の検討
- ・情報収集により得た現地トレンドの検証
- ・消費者のニーズの検証
- ・現地レストランのシェフへのヒアリング

### DO

- ・全国醤油工業協同組合連合会、四日市商工会議所、国内商社や現地販売店等からの情報収集
- ・展示会の出展や現地販売店におけるイベントへの参加によるPR活動及びニーズ把握
- ・国内にて支援を依頼する商社の選定

## 4. 輸出目標額

品目：醤油	令和4年度	目標年 (令和13年度)	品目：味噌	令和4年度	目標年 (令和13年度)
輸出額 (千円)	460	10,000	輸出額 (千円)	0	1,000
輸出量 (L)	510	8,500	輸出量 (KG)	0	2,000
輸出先国	米国	米国 シンガポール EU 台湾 中国 インド	輸出先国	なし	米国 シンガポール EU 台湾 中国
取扱量 (L)	70,000	75,000	取扱量 (KG)	40,000	40,000