

輸出事業計画

※申請者名：有限会社カネイワ醤油本店、品目：醤油

1. 輸出における現状と課題

【現状】

日本の発酵調味料である醤油は、和食文化の広がりとともに海外での需要が増加している。弊社も2016年から業務用商品の輸出を開始し、シンガポール、タイ、香港などのアジア市場へ展開し、現在はシンガポールへのみ輸出が継続している。しかし、海外では醤油の文化的背景や発酵調味料としての機能性の知識が十分に浸透しておらず、安価な商品でなければ販売が難しい状況が続いている。弊社の商品も現時点では小売展開ができておらず、現地消費者の直接的な評価を得る機会が少ない。また、伝統的な木桶仕込み醤油は手間と時間がかかり、量産が難しいため、タンク醸造の醤油に比べコストが高い。海外市場でのシェアはほぼゼロに近いが、近年、木桶仕込み醤油の伝統的製造方法が、米国やEUのメディアに取り上げられた事がきっかけとなり、海外の富裕層や美食家の間で「ワインのように醸造元ごとに異なる味を楽しめる」との認識が広まりつつある。

【課題】

- ・プレミアム商品としてのブランディング強化
- ・木桶仕込み醤油の差別化および魅力の発信
- ・食品衛生管理の徹底
- ・積極的な輸出機会への参加およびプロモーションの実施

2. 輸出事業計画の取組内容

○【プレミアム商品としてのブランディング強化】

- ・木桶仕込み醤油を高級調味料として確立し、高価格帯でも販売できる仕組みを作る
- ・ワインのように楽しむ調味料」をコンセプトとし、自社Instagramや、所属している木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムが作成をしたYoutube動画を活用した木桶や、発酵風景の動画、写真を活用した情報を発信し、デジタルブランディングを強化し、独自のブランド映像やリーフレットを活用して、消費者の共感形成を目指す。

○木桶仕込み醤油の差別化および魅力の発信】

- ・「自然発酵」、「非工業的製法」で製造される希少性をコンセプトとした多言語対応のWEBサイトを作成し、木桶仕込み醤油の魅力や醸造過程、現地の食生活に合わせた具体的な使い方の提案を紹介（一般社団法人木桶仕込み輸出促進コンソーシアムの動画を活用）
- ・SNSを活用し、世界中の消費者に向けた情報発信を強化

○【木桶職人の育成を目的とした「木桶職人復活プロジェクト」を推進】

- ・自社で木桶を補修、製作できるような職人の育成

○【食品衛生管理の徹底】

- ・国際基準（ISO22000など）に基づく衛生管理体制を強化し、将来的な取得も目指す。
- ・火入れ殺菌や充填工程の管理を徹底し、安全性の高い商品づくりを行う
- ・輸出対応施設を目指し、段階的に設備投資を実施

○【積極的な輸出機会への参加およびプロモーションの実施】

- ・国内外の展示会や商談会に積極的に出展し、販路拡大を図る
- ・所属コンソーシアムと連携し、米国・EUの展示会に参加
- ・現地のシェフやレストランと連携し、木桶仕込み醤油の試食イベントを開催
- ・海外のメディアやインフルエンサーを活用し、商品の魅力を広める
- ・受注数量に応じた最適な国内輸送ルートを確立
- ・近畿圏の港湾・空港の活用し、品質保持の観点から、商社・フォワーダーと協議の上、リーファーコンテナの活用も含めて輸送方式を選択する。

輸出事業計画

※申請者名：有限会社カネイワ醤油本店、品目：醤油

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

【計画の策定 (P)】

- 市場リサーチ強化
 - ・ターゲット層・国の設定
 - ・競合比較、現地との意見交換
- 輸出戦略の具体化
 - ・プレミアム醤油としての位置確認
 - ・販売チャンネル、販促手法の決定
- 目標の設定
 - ・スケジュール設定



【事業の実施 (D)】

- プロモーションの実施
 - ・多言語WEB・SNS運営を通じた情報発信（一般社団法人木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアムと連携）
 - ・JETRO、和歌山県の支援を受け、国内外展示会へ 出展し販路開拓
 - ・現地のシェフやレストランと連携し、木桶仕込み醤油の試食イベントを開催し味の特長と調理適性を伝え、メニュー採用・継続仕入れにつなげる。
- 品質管理体制の整備
 - ・ISO22000取得を視野に入れた衛生管理体制の強化
 - ・国際基準に準拠した輸出対応プロセスの構築お



【評価・検証 (C)】

- 販売・市場分析
 - ・販売データや市場反応を集計・分析し、改善点を抽出
 - ・試食イベント後の反応、評価、改善点を抽出
- プロモーション施策の効果測定
 - ・WEB・SNSのアクセス・反応状況、展示会での商談結果を評価
- 生産課題抽出
 - ・コスト・リードタイム・法規制対応状況を検証し改善点を明確化

※木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム、JETRO、国内商社からの助言を受け、客観的な視点で評価・改善に活かす



【改善 (A)】

- 販売戦略の見直し
 - ・市場分析をもとに、価格・ターゲット・販路を再調整（木桶コンソーシアム・JETRO、商社と連携）
- プロモーション手法の改善
 - ・効果の低い施策は見直し、SNS・WEBの発信強化や新たな販促手法を導入
- 生産の最適化
 - ・ISO22000取得に向け、衛生管理体制の段階的備を継続
- 次期戦略への反映
 - ・展示会・商談の結果や市場動向をもとに、関係 機関の助言を取り入れ次年度計画に反映



4. 輸出目標額

年度	2024年度（現状） (2024年4月～2025年3月)	2030年度（目標年） (2030年4月～2031年3月)
輸出額（千円）	1,935	3,000
輸出量（L）	1,746	2,700
輸出先国	シンガポール	シンガポール 米国 EU