

輸出事業計画

※申請者名：ニビシ醤油株式会社、品目：醤油、つゆ、ラーメンスープ

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 社内に広域営業部（海外販路拡大・新規開拓部署）を立ち上げ、海外向けの販路開拓に注力。
- 韓国では日本産醤油は浸透しており、既存メーカーも多数進出済。また、醤油を現地生産している大手メーカーもあることから通常の醤油製品では価格競争に陥りやすいが、当社は甘口醤油に特徴があり、甘口の醤油が刺身に合うことから「さしみ醤油」の販売に注力、他社との差別化を図ることにより海外販路拡大を行っている。
- また、海外において高まる安全志向に対応するため、食品安全マネジメントの国際規格である「FSSC22000」の認証を2019年に取得した。今後拡大する海外市場に対して「安心・安全」を訴求できる体制づくりを行っている。

【課題】

- 輸出額拡大のためには韓国市場の更なる開拓と、ベトナム・台湾・シンガポール等まだ取引がない市場の開拓が必要となる。
- 国内商社経由の輸出が中心であり、自社商品の流通ルートが把握できていない。コロナ前の2019年に自社で海外バイヤーを開拓するために台湾の商談会に参加、また韓国・中国のバイヤーを訪問する等により新規バイヤー発掘・市場開拓を試みるも、コロナの影響でアフターフォローができず商談は進まなかった。
- アニマルフリーラーメンは2022年度に商品化したため、今後プロモーションを実施していく必要がある。

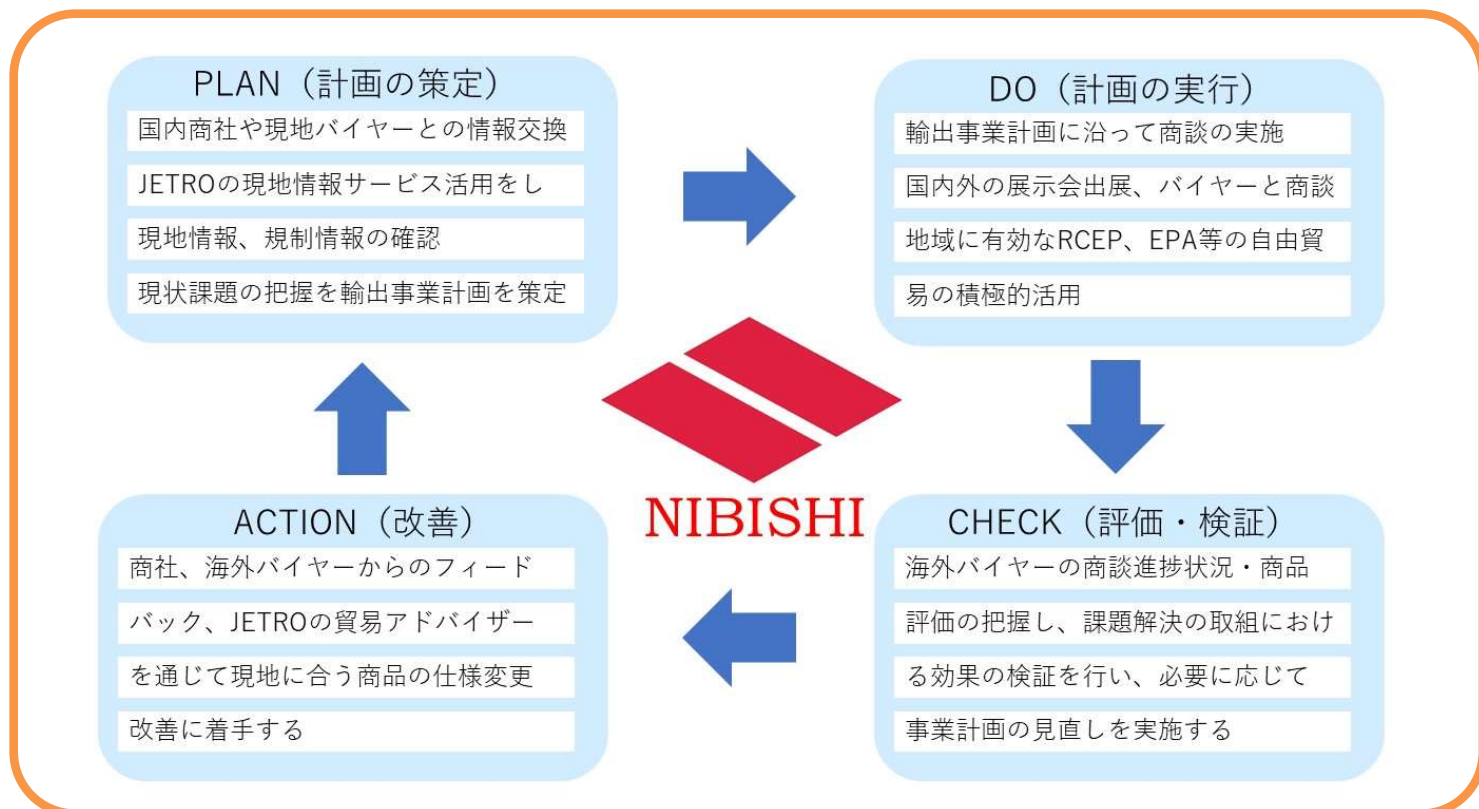
2. 輸出事業計画の取組内容

- 韓国市場の開拓
 - 現在、釜山中心に販売されており、釜山近郊のエリア、ソウル地区にも拡大をしていく。JETROと連携しバイヤーのリストアップを完了し、さしみ醤油を中心に売り込みを実施する。
 - 既存の取引先についてはアニマルフリーラーメン、たまごかけごはん用醤油、さしみ醤油以外の品目を売り込むことで更なる輸出額拡大を目指す。
- ベトナム・台湾・シンガポールの市場開拓
 - 現地の市場調査を行うことにより販売戦略を策定する。
 - 新規バイヤー獲得のために現地の商談会に参加し、売上増加を図ると共に、バイヤー・消費者のニーズを確認することにより、今後の販売商品の見極め、商品・デザインの改良に活かせる情報を収集する。
 - 海外で開催する展示会に参加する。
- アニマルフリーラーメンのプロモーション
 - 新商品として開発したアニマルフリーラーメンの販売を促進するために商品のプロモーションビデオを作成した。今後、アンテナショップを利用したBtoC向けの販売を行い、市場での認知度向上を目指す。

輸出事業計画

※申請者名：ニビシ醤油株式会社、品目：醤油、つゆ、ラーメンスープ

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

醤油	現状 (令和4年度)	目標年 (令和10年度)
輸出額	234,189千円	322,000千円
輸出先国	韓国、中国、香港	韓国、ベトナム、台湾、シンガポール、中国、香港
つゆ	現状 (令和4年度)	目標年 (令和10年度)
輸出額	2,236千円	10,000千円
輸出先国	韓国、中国、香港、台湾	韓国、ベトナム、台湾、シンガポール、中国、香港
ラーメンスープ	現状 (令和4年度)	目標年 (令和10年度)
輸出額	112,540千円	116,000千円
輸出先国	香港・台湾・フィリピン	韓国、香港、ベトナム、台湾、シンガポール