

様式2 輸出事業計画

※申請者名：キミセ醤油株式会社
品目：醤油、醤油加工品

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- ・当社は、醤油を中心とした調味料メーカーとして、長年にわたり国内市場を中心に事業を展開してきた。近年は国内醤油市場が縮小する一方、日本食の世界的な普及により海外需要が拡大している。このような外部環境を踏まえ、当社は海外市場を成長機会と捉え、輸出事業に取り組んでいる。
- ・台湾および欧州諸国を中心に、日本産調味料に対する需要は高く、特に高品質、自然志向、地域性、製法のストーリー性を有する商品への関心が確認されている。当社は、国産丸大豆100%、五穀仕込み、NO MSG、備前焼大甕調熟、自社一貫製造、紙パック容器等の独自性を有しており、品質、製法、健康志向、環境配慮の観点から他社商品との差別化が可能である。
- ・欧州向け輸出においては食品安全認証の取得や動物性原料に関する規制対応、輸送期間の長期化への対応などが求められている。
- ・当社は長年にわたり醤油製造を行ってきた地域密着型の食品企業である。備前焼を活用した熟成や瀬戸内の風土に根ざした製造など、地域資源を活かした製品づくりを行っており、岡山発の高付加価値調味料を製造する事業者として位置づけられる。

【課題】

1-1 生産・製造・加工

- ・現地系大手スーパーや高級小売店への販路拡大に向け、FSSC22000等の食品安全に関する国際認証取得への対応が課題である。
- ・欧州向け輸出では、輸送期間の長期化に対応するため、賞味期限延長や長期保存に適した商品開発が必要である。

2-1 販売

- ・海外市場では日本産調味料が一定数流通しており、国内他産地の商品との差別化を明確に訴求する必要がある。
- ・欧州市場では動物性原料等に関する規制対応が必要であり、規制適合性の説明と信頼構築が課題である。
- ・輸出事業の経験が浅いため、海外市場情報の収集、商談ノウハウ、規制対応に関する知見の蓄積が必要である。
- ・自社単独での販路開拓には限界があるため、JETRO、業界団体等との連携強化が必要である。

2. 輸出事業計画の取組内容

1-2 生産・製造・加工

- ・現地系大手スーパーや高級小売店への提案力向上を図るため、FSSC22000等の食品安全認証の取得に向け、製造工程、衛生管理、文書管理、従業員教育等の体制整備を進める。
- ・欧州向け輸送期間の長期化に対応するため、外部機関と連携し、容器仕様、充填条件、殺菌条件、保存試験等を検証しながら、賞味期限延長および長期保存に適した商品開発を進める。

2-2 販売

- ・国内他産地との差別化を図るため、当社商品の独自性を「原料 → 製造 → 商品」までの一貫したストーリーとして訴求する。原料面では、国産丸大豆100%仕込み、五穀仕込み、NO MSGにより、安心・安全、自然志向、素材本来の味わいを訴求する。製造面では、備前焼大甕調熟により岡山の地域性、自社一貫製造により伝統製法、諸味の攪拌、圧搾工程、朝削りだしにより職人性を訴求する。商品面では、紙パック容器による環境配慮・品質保持・軽量性と、多様な商品ラインアップを訴求する。

輸出事業計画

※申請者名：キミセ醤油株式会社

品目：醤油、醤油加工品

キミセ醤油のこだわり



醤油の主な原料となる大豆は、すべて国産の丸大豆を使用。大豆、小麦、米、きび、あわの五穀を素材としている。



原料である丸大豆を蒸し、炒った小麦と種麴を加え室の中で3日間かけて麴を育てる。
できあがった麴を醤油麴と呼び、醤油麴に塩水を加えることで諸味となる。



半年にわたる諸味の熟成

醤油づくりにおいて、諸味を攪拌する「櫓(かい)」は、味と香りを決定づける極めて重要な工程となる。半年もの長い歳月をかけ、熟練の経験と目利きによって丁寧な攪拌を繰り返すことで、醸造所ごとに異なる複雑で豊かな味わいと香りが育まれる。



半年間熟成させた諸味をろ布に包み、4日間かけて圧搾し、酵母が生きた「生揚げ醤油」を抽出。この希少な生醤油を、備前焼の大甕へと移し替える。



備前焼の巨大な甕の中でクラシック音楽を聴かせながら熟成させる独自の工程により、キミセ醤油ならではのまろやかで深みのある味わいを引き出す。仕上げに「火入れ」を行うことで、お醤油発酵を止め、香ばしさと安定した品質を加え、風味豊かなへと完成させる。



醤油ベースの調味料づくりで重要なのは「だし」の鮮度である。特に香りが抜けやすい鰹節は、朝一番に削り、そのまま朝のうちに煮出す「朝削り」製法を採用。素材にひと手間加えることで、だしの香りと旨味を最大限に引き出している。

輸出事業計画

※申請者名：キミセ醤油株式会社
品目：醤油、醤油加工品

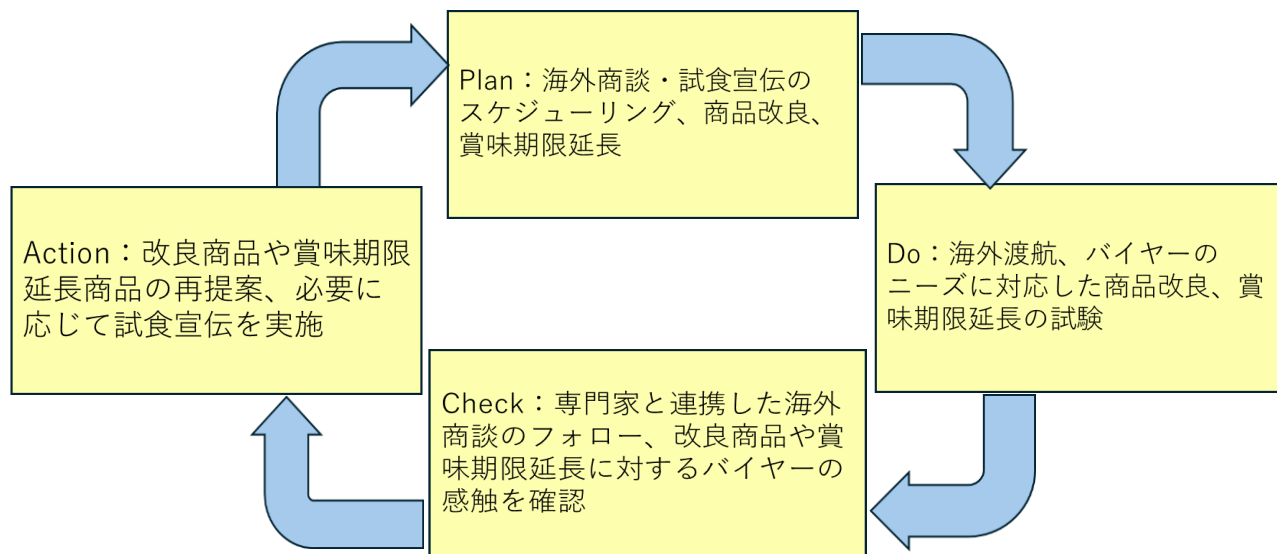
2. 輸出事業計画の取組内容

2-2 販売

- ・欧州市場向けには、規制に適合した原料の使用状況や商品仕様を整理し、商談時に分かりやすく説明することで、バイヤーとの信頼構築を図る。
 - ・商談資料や展示会では、原料、製造工程、商品の動画や写真を活用し、製造の手間、独自製法、品質へのこだわりを視覚的に示す。また、JETROのセミナー、商談会、貿易実務講座等を活用し、海外市場情報、商談ノウハウ、規制対応に関する知見を社内蓄積する。
- 全国醤油工業協同組合連合会、JETRO等と連携し、展示会出展、商談会、PRイベント等を通じて販路開拓機会を拡大する。これらの取組により、価格競争に依存せず、品質、製法、地域性、環境配慮を訴求する高付加価値型の輸出展開を進める。

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

PDCAサイクル：バイヤー、ジェトロなどと連携しながら、PDCAサイクルを回します



4. 輸出目標額

品 目		現状（令和7年度） 令和7年3月～令和8年2月	目標年（令和12年度） 令和12年3月～令和13年2月
醤油、醤油加工品	輸出額(千円)	772	10,000
	輸出量（L）	373	3,730
	輸出国先	台湾、オランダ	台湾、オランダ、イギリス、フランス、スイス、スペイン