

輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：味噌

1. 輸出における現状と課題

【木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム】

本コンソーシアムは、マーケットインの発想で、海外での「木桶味噌」のブランドの確立や輸出拡大のためのプロモーション事業等を実施する。

特に、ワインやウイスキー等、発酵に造詣の深い欧米で、木桶味噌等も同様に醸造施設により複雑な味や香りで独特の味わいとなることを伝えるとともに、木桶味噌が日本固有の伝統や文化、歴史に裏付けされた伝統調味料であり、作り手の思いが醸される等、戦略的なストーリーを伝えるなど、海外販路の開拓及び拡大を進める。



味噌蔵に並ぶ木桶



職人の手で丁寧に作られる



木桶仕込み味噌のストーリーと共に世界の食卓へ

【現状】

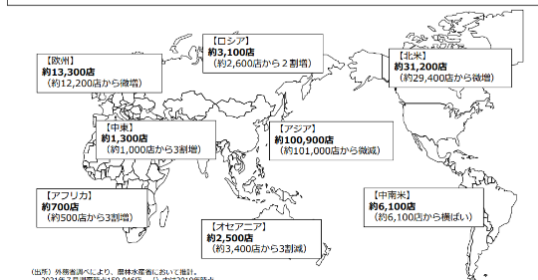
2013年に「和食」が「日本人の伝統的食文化」としてユネスコ無形文化遺産に登録され、世界各国で和食（日本食）ブームが加速、海外の日本食レストラン数が2015年（約8.9万店）から2021年（15.9万店）には約1.8倍と増加するなど（図1）、海外、特に欧米の富裕層を中心に、伝統食品の味噌をベースとする日本食を食する機会が増加。これにより、海外への味噌輸量は20年前と比べ約400%増加（4,500t/1998年→1.7万t/2018年）した。（図2）

一方、味噌は同じ伝統調味料の醤油と比較しても文化的背景や発酵調味料としての認知度は低く、また、品質保持が難しく賞味期限が短いこともあり、比較的安価な商品でなければ売れない状況が続いている。

図1

海外における日本食レストランの数

■2021年の海外における日本食レストランは、2019年の約15.6万店から増加の約15.9万店。
 [欧米] 約13,300店 (約12,200店から増加) [アジア] 約100,900店 (約101,000店から増加) [中東] 約700店 (約500店から増加) [オセアニア] 約2,500店 (約3,400店から増加) [中国] 約6,100店 (約5,100店から増加) [ロシア] 約3,100店 (約2,600店から増加) [北米] 約31,300店 (約29,400店から増加)

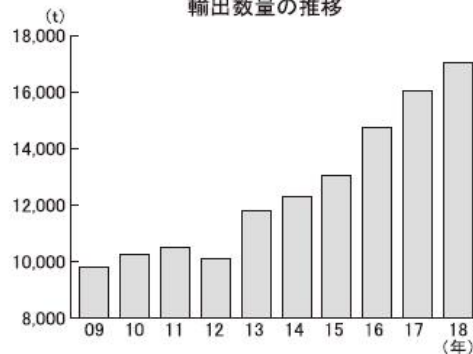


(注) 外務省により、国別水産物輸出統計。
 2021年7月調査時点159,046店。(1) 内2019年時点
 資料提供先: 2021/7/14 農林水産省輸出・国際局

出典：農林水産省輸出・国際局

図2

輸出数量の推移



出典：財務省貿易統計

輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：味噌

1. 輸出における現状と課題

江戸時代から続く伝統的な製法で造る木桶味噌は、製造・醸造に手間と時間がかかる上、量産が難しく、さらに木桶作り職人の減少や木桶維持の難しさ等により、木桶味噌等を製造・醸造する国内事業者が大きく減少しており、FRP（繊維強化プラスチック）やステンレスタンクによる製造・醸造を行う事業者が大部分を占める状況となっている。さらに、海外では食品安全に係る規制が強化され、HACCPに対応した施設や海外ニーズに対応した商品提案が求められるなど、日本古来の製法で製造・醸造する木桶味噌製造事業者にとって、海外輸出へのハードルが高く、輸出を断念する事業者が多い状況となっている。そのため、国内のみならず海外での味噌マーケットに占める木桶味噌等の割合は1%を下回っているとされる。

【課題】

1. 木桶味噌等の認知度向上（ブランディング）
2. 原料、製法の違いによる品質維持を目的とした安定的な輸送方法の確立
3. 商談会への参加等による輸出機会の創出
4. 現地ニーズを踏まえた商品等の開発

2. 輸出事業計画の取組内容

1. 木桶味噌等の認知度向上（ブランディング）

（1）木桶仕込み味噌のWEBサイト等を通じた魅力発信

木桶仕込み味噌の魅力を伝えるためのWEBサイト（多言語化）を製作し、味噌の醸造過程を伝えるなどの魅力発信のためのプラットフォームを構築することで、近年の食のトレンドの発酵調味料としての木桶仕込み味噌の認知度向上（ブランディング）を図る。また、コンソーシアムに加盟するメーカーの紹介ページの製作や各社の木桶仕込み味噌の商品ラベルにコンソーシアム共通のQRコードやタグを添付し、本コードのリンク先でユーザーが商品の背景やストーリーを学び、自身のSNSで情報の拡散が出来る仕組みを構築し、ユーザー起点の「木桶仕込み味噌＝プレミアム味噌」の浸透を図る。

①商品にQRコード



②多言語HPヘリンク



③メーカー情報ヘリンク



④SNSで拡散



情報の拡散
購買行動へ

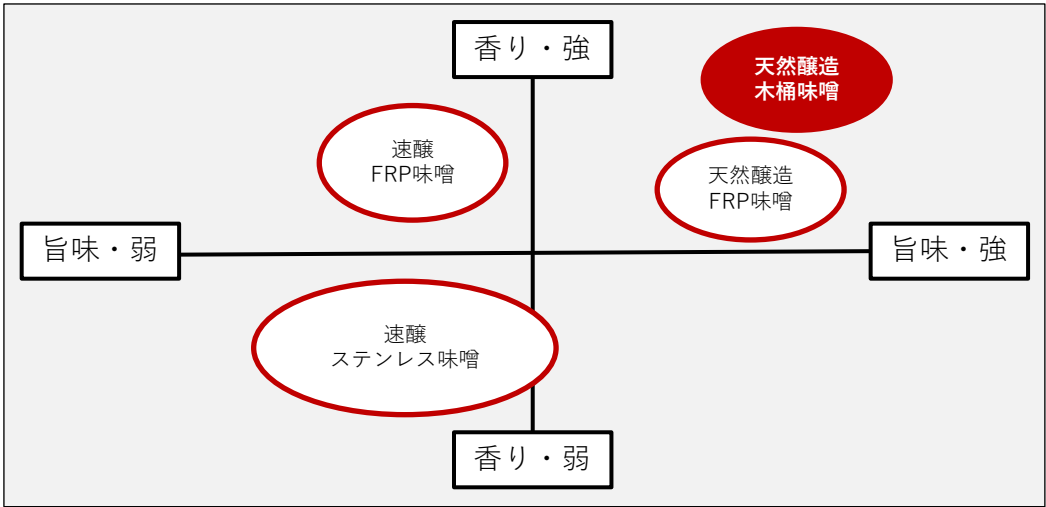
輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：味噌

(2) 科学的根拠（エビデンス）による木桶仕込み味噌の優位性の整理

木桶仕込み味噌の優位性を、大学研究機関と連携し、分析及び研究を実施する。
木桶、新桶、タンク、FRPを使用し製造した味噌の成分分析や味噌が出来上がるまでの醸造過程の分析、冷蔵・冷凍等した場合の成分分析等、数値に基づいたエビデンスを整理する。

仮説



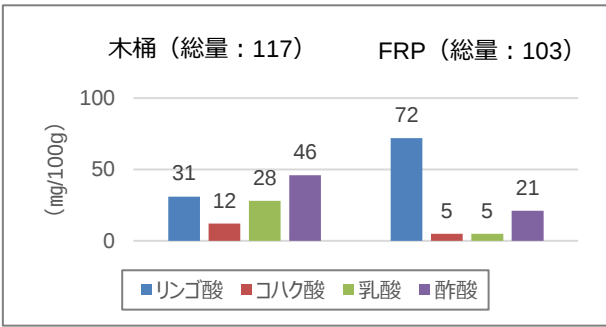
分析

仮説をもとに分析

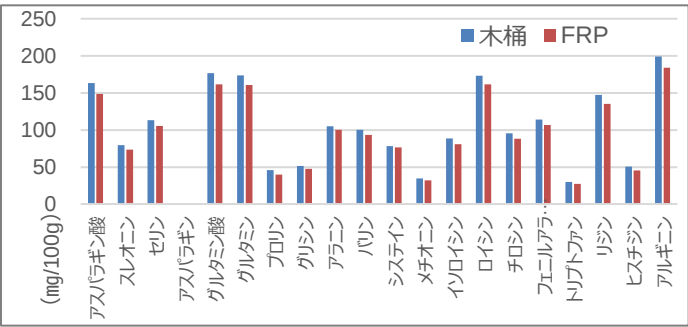
エビデンスをもとに
木桶味噌の優位性を可視化

【例1】酸味・旨味成分の違い

■有機酸

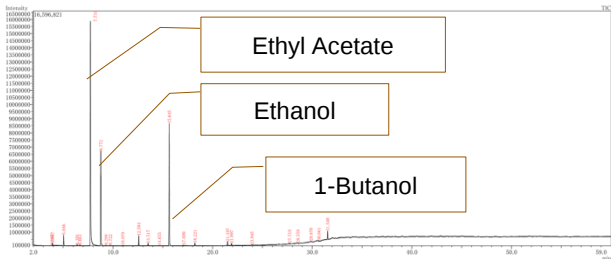


■遊離アミノ酸

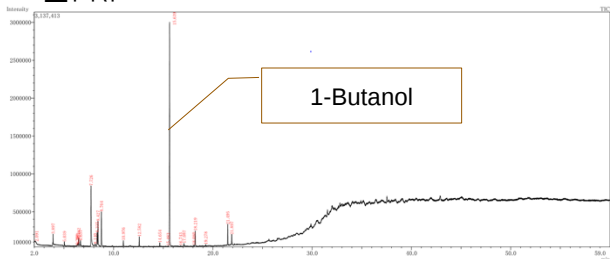


【例2】香気成分の違い

■木桶



■FRP



分析値イメージ

輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：味噌

（３）海外での木桶仕込み味噌のエデュケートに係るセミナー等の開催

ワインやウイスキーと同じで国内で希少となった伝統製法としての木桶の文化的な背景や伝統的な製法による造り、木桶味噌の作り手の技術、製法によって味や香りが複雑となる等の「木桶味噌啓発セミナー」を農林水産省、在外公館、JETRO等と連携するなどして開催する。

（４）海外インフルエンサーを活用した情報発信

海外のインフルエンサー（海外バイヤー、一流シェフ、SNS等で発信力のある者、団体等）を招へいし、木桶味噌等の製造・醸造施設の視察、意見交換等を実施する。



2. 原料、製法の違いによる品質維持を目的とした安定的な輸送方法の確立

木桶味噌の特性を活かす持続可能な輸出物流構築のため、常温輸送の品質保持に係る輸送方法や輸送時の容器の破損防止に係る輸送方法等、効率的な輸出物流に係る実証等を行う必要がある。

原料や製法の違いにより淡色系や褐色系など様々な味わいがあるが、既存の味噌の流通と同様の常温輸送では味噌の着色、発酵による容器の破損が起こる可能性があり、木桶仕込み味噌の特徴を活かした本来の味わい、風味を損なう恐れがある。そのため、冷凍冷蔵流通や破損防止の為に輸出物流実証等を行い品質の管理及び、安定的な輸送方法を確立する。

【課題】

発酵による液漏れ・着色・破損



【対策案】

1. 輸出物流検証



2. 少量・硬質容器などの検証



輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：味噌

3. 輸出機会の創出

(1) 国内外展示会への出展や現地食関係者との意見交換等の実施

FOODEX（日本）やFancy Food Show（米国）、Anuga（ドイツ）、SIAL（フランス）等の国内外展示会に参加し、商流拡大を図るとともに、海外バイヤーを通じた現地のニーズの収集や現地小売店や外食店との意見交換によるネットワーキング等、輸出力の強化を図る。



(2) 木桶味噌コンソーシアムのスキルアップセミナーの開催

輸出に係る基礎知識の習得から模擬商談の実施、国際食品安全基準（HACCP、FSSC22000等）勉強会等、実践的なセミナーをコンソーシアム内で開催し、メンバーのスキルアップ及び輸出意欲の醸成を図る。

4. 現地ニーズを踏まえた商品・容器等の開発

マーケットインの発想から、現地ニーズ（クラフト味噌、グルテンフリーやオーガニック、減塩、国際食品安全基準、長期賞味期限（冷凍味噌）、ブレンド味噌、容器の統一小型化）を踏まえた商品開発等を行う。

例：味噌独特の調理法である合わせ（ブレンド）により、コーヒーと同じでユーザーの嗜好性を訴求するブレンド味噌などの開発等。



様々な木桶味噌をブレンドして嗜好性の訴求



容器の統一化

ユーザー嗜好を訴求するブレンドや海外向けの容器の統一等を実施

輸出事業計画

※申請者名：木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム、品目：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

本計画を踏まえ、事業を実施する中で、コンソーシアムは、事業内容の評価及び検証を行い、費用対効果の高い事業となるよう、適宜見直しを行い、木桶味噌等の輸出拡大を目指す。

- ・ 輸出売上目標の設定
- ・ ターゲット・輸出国の設定
- ・ 販売戦略策定
- ・ 事業内容の検討
- ・ 事業スケジュール作成

Plan

- ・ 研究・分析
- ・ デジタル戦略の制作・仕組み構築
- ・ 現地でのPR活動
- ・ バイヤーとの商談
- ・ 生産体制の構築
- ・ 他の重点品目団体との連携 など

Do

- ・ 改善内容の検討
- ・ 情報収集
- ・ 戦略再構築
- ・ 取り組み拡大案の検討

Act

Check

- ・ 進捗状況の確認
- ・ 課題整理・再検討
- ・ 結果要因の分析
- ・ 取り組みの担当事業ごとに評価・検証

4. 輸出目標額

年度	2020年度	2025年度
輸出売上総額 (円)	805,520	30,000,000
輸出量 (t)	0.58	20
輸出先国	オランダ・英国 フランス・中国 香港・台湾・タイ	オランダ・英国 フランス・中国 香港・台湾・タイ・米国等
生産量 (t)	476.29	500