

輸出事業計画

※申請者名：オタフクソース株式会社 品目：ソース類他

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- ・ 1990年後半に米国に進出、2000年代にかけて販売拠点での営業サポートや自社による商品輸出に取り組んだ。2013年には米国・中国に現地生産工場を建設し、2016年にマレーシア工場、台湾の販売拠点を設置。
- ・ ソース・醸造酢・タレ等の液体調味料が主となっており、米国へは天かす等も輸出。冷凍食品やロングライフ商品は欧米を中心に展開。
- ・ 液体調味料等を約50か国（東アジア35%・欧州30%・米国18%・東南アジア6%・オセアニアその他）へ輸出しており、弊社70期（令和3年10月～令和4年9月）の現地法人を含めた海外売上は40億円弱、そのうち輸出額は約15億円となっている。

【課題】

- ・ 現地の嗜好・トレンド・ニーズにあった商品開発をする必要がある。
- ・ 商品・食べ方について、認知拡大を課題としている。輸出先国では、お好み焼等の粉物をレストランで食べるなど、家庭で作る機会は少なく、まだまだ認知度が低い。試食販売をしても、食べたことのない味であるため、受け入れられないケースや年配の方にとっては塩味が強いと言われることが多い。
- ・ 販路拡大を目的として、海外イベントや展示会等への出展、海外商社や小売店等との商談を随時行っており、自社商品をより訴求できるような販促素材が必要である。
- ・ 輸出先において、商品と併せたブランドイメージの訴求が弱い。

2. 輸出事業計画の取組内容

【取り組み内容】

- ・ コロナ禍においてデジタルツールを最大限に活用。HP（英語サイト）のリニューアルのほか、オンライン商談会・オンライン料理教室・Web広告・デジタルを使用したマーケティングを展開。
- ・ 販促活動について、日本食文化としてのコナモン（お好み焼・焼そば・たこ焼）を中心とした調理用ソースのPRと新規海外商社・小売販売店の獲得のため、海外イベント・展示会への出展を予定。
- ・ ブランド認知向上のため、国内外イベント・展示会ではPRのためのブース装飾やブース作成。海外メインストリーム向けの日本的なレトロポスター、エコバッグ（オタフクブランド）の販促物を作成。
- ・ 弊社使用の既存ポリ袋の改良を行い、EU向け溶出テストを行うことで輸出可能包材を選定、惣菜売場商品やミールキットなどの輸出用商品に使用する予定。

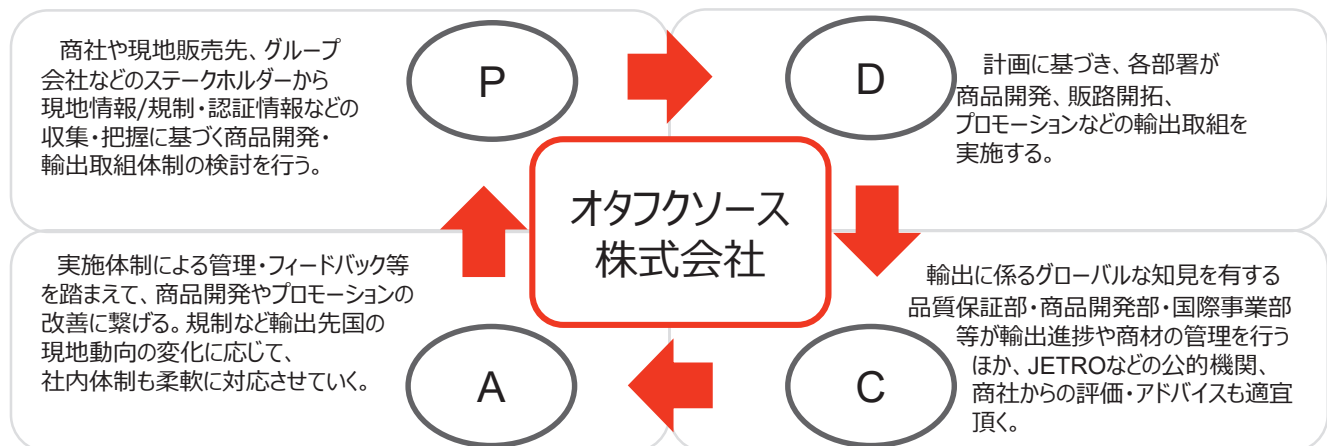
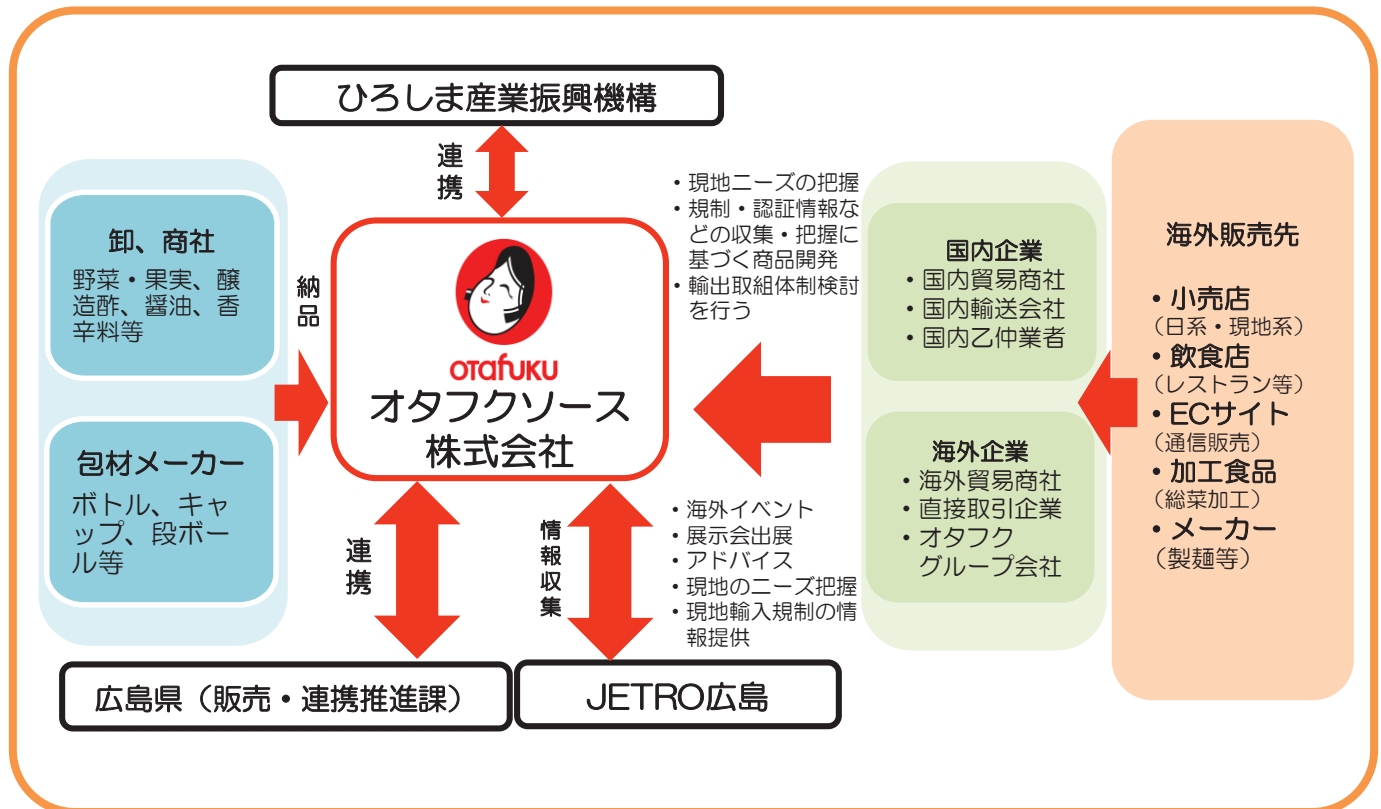
【課題解決に向けた取組内容】

- ・ お好み焼・たこ焼ソース等の現地における認知の低い商品にこだわらず、現地飲食店のOEMを受け、スパイシー系・ケチャップ系のソースなど様々な調味料を開発。
- ・ 特に中国では、外食店のオペレーション簡素化・人件費削減のために、追加するだけで味が決まるような複合調味料の需要が高まっており、大きな商機となっている。
- ・ 米国では、アナゴにかける煮詰めたタレのような「寿司ソース」という商品を開発し、ロール寿司の味付けやデコレーションに使用されている。
- ・ 世界各国のニーズに沿ったスパイシー系・ケチャップ系のソース等の開発・輸出・販売も進めている。
- ・ 営業担当が現地飲食店への営業を行い、関係性を構築することにより、受注・開発。

輸出事業計画

※申請者名：オタフクソース株式会社 品目：ソース類他

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



輸出事業計画

※申請者名：オタフクソース株式会社 品目：ソース類他

4. 輸出目標額

品 目		現 状	目 標 年
		令和3年10月～令和4年9月	令和5年10月～令和6年9月
お好みソース	輸出額（千円）	61,022	67,124
	輸出量（L）	150,241	165,265
	輸出国先	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾
焼そばソース	輸出額（千円）	47,838	52,622
	輸出量（L）	127,448	140,193
	輸出国先	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾
お好み焼粉	輸出額（千円）	8,587	9,446
	輸出量（KG）	48,150	52,965
	輸出国先	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾	米国・イギリス・イタリア・ オーストラリア・台湾

- ・ 2021年度輸出売上金額を基準として、2024年度に約12,000千円増加を目標とする。
- ・ 輸出対象国に関しては、現時点で主な輸出先国となっている米国・イギリス・イタリア・オーストラリア・台湾に注力する。