

輸出事業計画

申請者名：宮城県味噌醤油工業協同組合、品目：味噌

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 仙台味噌はうま味成分であるグルタミン酸や香りが非常に豊富で、国内において赤味噌の代表格として長年認知されてきた。しかしながら、仙台味噌は海外バイヤーや消費者からの認知度が皆無であり、年間輸出額は業界全体で約100万円（2021年度実績）と未熟な状態である。
- 味噌の海外における需要関心が高まる今、輸出に取組もうとする意思のある組合員が増加しているものの、知識・経験がなく取組を躊躇しているのが現状である。
 - 各蔵へのアンケート調査の結果、「輸出に興味があるが知識や機会がなく取り組めていない」との回答が最も多く、次いで「興味はあるがリスクを感じる」との回答が2件。アンケートからも見受けられる通り、全体的に輸出に取り組みたいと考えているものの、知識や基盤の不足により取り組めていないのが現状である。
- 組合員のうち1社がシンガポール・EU（フランス中心）に輸出。過去には米国・香港・タイ・台湾等への輸出実績がある。また、他の1社で過去に米国やマレーシアへの輸出実績がある。

【課題】

販売

- 仙台味噌は広く海外バイヤーや消費者等から認知がないのが現状であり、世界的な日本食材需要増の中で市場創出の遅れをとっているほか、他味噌との違いについても認識されていないことから、国内と同様に赤味噌の代表格とし仙台味噌を産地全体でプロモーションし、認知してもらう必要がある。
- 仙台味噌の製法及び定義に準じ、その範囲内で各組合員が製造販売を行っているが、それぞれの個性を評価及び可視化することができず、消費者に的確な蔵ごとの個性をPRすることができていない。また、他味噌との総合的な科学的優位性を可視化するデータが無い。
- 会員の多くが輸出に取り組みたいと考えているものの、輸出に取り組みたいものの業界全体で知識や基盤の不足により取り組めていないのが現状である。
- ターゲット国の人々を対象とした仙台味噌の評価調査を行ったことがなく、参考とするデータがない。仙台味噌の味・パッケージ・価格帯・用途など、ターゲットの味覚やライフスタイルの中でどのように評価されるか事前に調査・検証し、輸出創出の取り組みに活用する必要がある。

2. 輸出事業計画の取組内容

<販売>

【2022年度】

- 仙台味噌の認知向上に向けたブランディング事業
 - 仙台味噌等の多言語WEBサイトを制作し海外消費者へ情報を発信
 - ◇ 仙台味噌の魅力や情報を伝えるための多言語WEBサイトを制作。仙台味噌の文化や製法、特徴を伝えるほか、和食での調理例や、海外料理に応用した調理例などを紹介（使用した際の科学的根拠も可視化）。また、各組合員の顔が見える紹介ページの設置とあわせて、自社サイトへリンクさせ、それぞれの個性もPRする。
 - 仙台味噌の魅力を伝える動画制作を行い、魅力発信
 - ◇ 仙台味噌の多言語プロモーション動画を制作し、WEBサイトやSNSで公開するほか、プロモーション活動や商談会・展示会でも活用、より仙台味噌の魅力を発信する。
 - ◇ 動画配信やSNS発信については、担当者を設置し月毎に実績を会議にて共有し改善を行う。動画はWEBサイトでの公開の他、SNSで積極的発信し周知させる。また、消費者同士が情報を拡散・共有できるよう専用のボタンも設置する。

輸出事業計画

申請者名：宮城県味噌醤油工業協同組合、品目：味噌

2. 輸出事業計画の取組内容

<販売>

[2022年度] (続き)

- 仙台味噌の認知向上に向けたブランディング事業
 - 仙台味噌の多言語リーフレットを制作し商談等で情報発信
 - ◇ 商談やプロモーション活動で活用する多言語パンフレットを1万部作成し商談会等で活用する。
 - ◇ WEBサイト及び動画の公開に合わせ、商品やリーフレット等へURLやQRコードを添付し、海外消費者が発信する情報へ容易に到達できる仕組みにする。
 - 海外向け仙台味噌の共通ロゴを制作し認知性の向上
 - ◇ 海外向けロゴを作成し、業界統一の製品規格を満たした製品の証とし、商品や販促ツール等で共同使用し、ブランド性・消費者の認知性を高める。
- 科学的分析を活用し、仙台味噌の優位性を可視化
 - 味覚センサーで各蔵の仙台味噌を可視化し、科学的根拠を明確にする。
 - ◇ 各仙台味噌の「酸味」「苦味」「渋味」「塩味」「旨味」を分析し、グラフ化することで同じ仙台味噌の中でも個性を可視化。また、他味噌との比較も行い、仙台味噌の優位性を科学的根拠の元に提案を行うことで訴求性を高める。分析したデータについてはWEBサイト等今後のプロモーションや、提案にも活用する。
- 輸出にむけた有識者研修会による人材育成
 - 有識者による研修会を実施し、輸出の知識とスキルを習得し人材の育成を行う
 - ◇ 組合員の大多数が輸出未経験であるため、輸出販路獲得に向けターゲット国の市場状況や商談の進め方、商流のプロセス、輸出条件の理解や危機分析、知財対策など輸出の基礎知識を学ぶ必要がある。それらの知見を持つ宮城県国際ビジネス支援室及びJETROの有識者による研修会を通し、知識習得しスキルアップを図る。また、各蔵が各国の販路を獲得できるよう、海外での嗜好調査の知見を持つ大学教授らに講習を依頼・実施し、海外市場の嗜好性に合う仙台味噌の開発に繋げる予定。
- 輸出機会創出に向けた調査
 - 輸出に向け、在日外国人を対象とした仙台味噌の評価及びWEBプロモーション方法の調査
 - ◇ 仙台味噌の商品サンプル等を用いたアンケートを通して、味の好み・価格・パッケージ・母国料理での活用方法の可能性、効果的なWEBプロモーションを行うべくターゲット層に受け入れられやすい情報の訴求方法などの調査を行い、検証を実施。ブランディング事業及び商品開発や商品設計、訴求方法の検討に活用する。

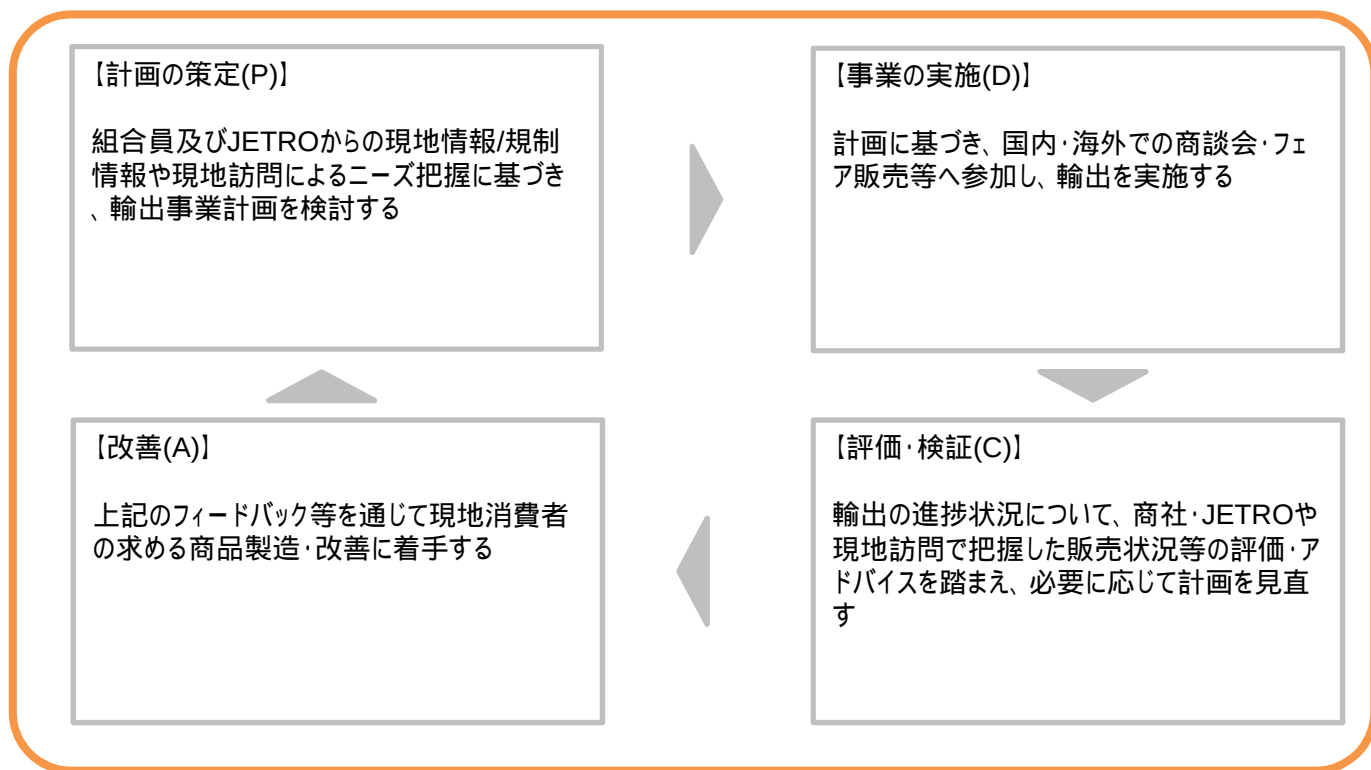
[2023年度以降]

- 2023年度以降も組合として産地プロモーションを実施していく予定であるが、現在計画を策定中の段階である。
 - 宮城県やJETROが行っている商談会に各事業者で参加する予定である。
 - 2022年度に作成した動画等を基に2023年度以降はさらなる発信を進めていく方針である。
- 2022年度に実施する海外のニーズ調査の結果を基に、2023年度から必要に応じて海外向けに仙台味噌のスペック（味等）の変更について模索していく予定である。スペックを変更する場合は2025年度には改良を完了したいと考えている。
- 2023年1月以降、東北大学の留学生と協力して仙台味噌の産地ブランディングを実施したいと考えている。各国に仙台味噌の魅力を発信する取組を計画中である。

輸出事業計画

申請者名：宮城県味噌醤油工業協同組合、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



4. 輸出目標額

味噌	【現状】 (令和3年度)	【目標】 (令和7年度)
輸出額	100万円	500万円
主な輸出先	シンガポール・EU	シンガポール・台湾・香港・タイ・韓国・マレーシア・EU