

輸出事業計画**※申請者名：群馬県醤油味噌工業協同組合、品目：醤油・醤油加工品、味噌・味噌加工品****1. 輸出における現状と課題****【現状】**

- 群馬県の醤油、味噌は、都道府県別出荷量で、醤油は全国3位（2019年実績/しょうゆ情報センター）、味噌は全国4位（2018年実績/経産省工業統計）と、両品目とも上位にあり、県の重要な産業のひとつである。
- 当組合ではコロナウィルスやウクライナ情勢などによる消費低迷や物価高騰、さらに日本の人口減少に起因する中長期的な消費量の減少を見据え、組合員の海外販路開拓を積極的に支援する必要があると考え、今年度より輸出に取り組む。
- 輸出品目は醤油・醤油加工品、味噌・味噌加工品

【課題】**<製造>**

- 輸出にあたって、施設改修の必要性やどのくらいの費用がかかるのか、個々の事業者では判断が出来ない

<加工>

- 今の日本仕様の商品パッケージデザインのまま海外で流通させることは難しい。

<物流>

- 商社や現地代理店任せの部分もあり、製造者、販売者サイドからの流通、販売状況の見える化ができていない。

<販売>

- 近年アメリカでは自己免疫力を高める効果のある発酵食品の需要が高まっているが、群馬県の醤油・味噌は現地バイヤーや消費者への認知度が低く、魅力も伝えられていない。まずは日本食に興味の高いアメリカ人に対しての認知度を高める必要がある。
- PRや販売活動において現地の消費者のニーズを汲み取るマーケットインの発想が重要となるが、実際に群馬県の醤油・味噌の味を知ったアメリカ人がどのように感じるかのデータはまだない。
- アメリカにおける群馬県の味噌・醤油の認知度が低いことから、商品の価格やパッケージへの評価データが存在しない。群馬県の味噌・醤油の認知度を向上させられた後の販売戦略を見越し、購入意思のある層やディストリビューターの意見を集める必要がある。

輸出事業計画

※申請者名：群馬県醤油味噌工業協同組合、品目：醤油・醤油加工品、味噌・味噌加工品

2. 輸出事業計画の取組内容

<製造>

- ・ 専門家を招き、工場視察をしてもらい、問題点や改善点、設備投資の有無や概算費用など出したうえで、各企業と意見交換をし、将来に向けての準備に入る。

<加工>

- ・ 各商品の成分検査を実施し、アメリカ輸出の対応可否を判断。また、パッケージラベルをアメリカ仕様に変更する。

<物流>

- ・ 最初から商社に頼るのではなく、現地での展示会出展や店舗でのテスト販売を継続していく。その中でバイヤー、ディストリビューター、お客様の意見を吸い上げ、そこから得た適正価格やロット数などを把握したうえで、今後の方向性を決定する。

<販売>

- ・ 醤油、味噌はそのまま食べるものではないため、販売だけを念頭に置くのではなく、発酵食品（醤油・味噌）についての説明や各商品を活用したメニューの喫食や調理方法を提供していくことで継続的な流通につなげていく。

・ 2022年度

- 米国現地メディア「The Japan Media」での記事掲載とPR
- 米国消費者の日本食ファンコミュニティを活用したマーケットリサーチ及びSNSプロモーション
- 米国大手総合フードマルチメディア「Milk Street」のオンライン料理教室を使ったプロモーション
- サンフランシスコのセレクトショップ「SF76」での試験販売による適正価格や商品パッケージについてのリサーチ

・ 2023年度以降

1. 展示会出展 候補：NY NOW(米国最大級のライフスタイル系商品見本市), Fancy Food Show(米国最大級の高級食品見本市 年2回開催)など
2. SF76に販売おける販売及びホールセール
3. 発酵ワークショップ開催 講師(予定)：NAMI インスタグラムは27万人を超えるフォロワーを持ち、日本食に特化したマーケットではメガインフルエンサー。SF76, ECサイトでの販売とも連動
4. 有名シェフによるレシピ開発×日本食コミュニティでのプロモーション
有名シェフの勤務するレストランとタイアップ。開発メニューをレストランで限定提供。また、レシピを米国在住の日本食ファンコミュニティに商品提供を行い、商品を使用した料理を作りSNSにて拡散。
候補：ニューヨークThe Box house hotelのエグゼクティブシェフ Akiko Thurnauer
※シェフは複数起用の可能性あり
5. 米国フードメディアへ広告掲載 候補雑誌：bon appetit, FOOD&WINE, Food Network Magazine他、米国主要フード雑誌へ「群馬県の発酵食品」広告を掲載してブランディングを行う
SF76やECサイト販売と連動
6. 英語WEBサイト構築 他プロモーションと連動し、商品だけでなく、購入できる場所などの情報を提供
7. 米国向け商品パッケージの開発・PRポストカード作成 展示会や店舗などに来たバイヤー、お客様にQRコード付きPRポストカードを配り、読み込んでもらうことで、商品、地域の詳細な情報が得られる。

輸出事業計画**※申請者名：群馬県醤油味噌工業協同組合、品目：醤油・醤油加工品、味噌・味噌加工品****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****【計画の策定(P)】**

組合員企業の意見及び現地からのアドバイスに基づき、輸出事業計画を検討

【事業の実施(D)】

計画に基づき、テスト販売、プロモーション、マーケティングを実施

【改善(A)】

【評価・検証(C)】のフィードバック等を通じて現地消費者の求める商品製造・改善に着手

【評価・検証(C)】

現地販売状況、現地消費者からの評価、専門家からのアドバイスを踏まえ、必要に応じて計画を見直し

4. 輸出目標額

醤油・醤油加工品	【現状】 (令和3年度)	【目標】 (令和8年度)
輸出額	2,000千円	50,000千円
主な輸出先	欧州・東南アジア	米国・欧州・東南アジア

味噌・味噌加工品	【現状】 (令和3年度)	【目標】 (令和8年度)
輸出額	1,000千円	40,000千円
主な輸出先	欧州・東南アジア	米国・欧州・東南アジア