

## 海外展開事例「伝統製法で天然醸造した八丁味噌のチューブタイプを開発し海外展開」

社名	株式会社 まるや八丁味噌（愛知県岡崎市）
設立	平成7年（創業：1337年（延元2年））
資本金	16.5百万円
売上高	621百万円（平成27年）
従業員	32名
事業内容	八丁味噌の製造



### 新たな事業展開を目指した背景と経緯

- 1337年（延元2年）の創業以来、大豆と塩のみの原料で二夏二冬（約2年）寝かせて天然醸造する八丁味噌を製造し、東海地方を中心に販売してきた。
- 平成18年、NHK連続テレビ小説に取り上げられたことで八丁味噌の知名度が高まり、全国各地からの注文も増えたが、味噌自体が固いため、全国の一般家庭への浸透は困難であった。
- そこで、国産大豆「フクユタカ」を使用して、創業以来の伝統製法で製造した八丁味噌を、柔らかく使いやすい「チューブタイプにした味噌だれ商品」を開発し、試験販売を実施した。
- 試験販売を踏まえ、一般家庭の調味料としての市場ニーズを確信し、全国の一般家庭への八丁味噌の浸透を目標に農工商等連携事業の認定を目指した。

### 活用施策

- 農工商等連携事業（平成25年10月認定）  
（認定事業名：三河産大豆フクユタカを活用した使いやすい八丁味噌商品の製造・販売事業）
- 中小機構専門家によるハンズオン支援（平成25年10月～現在）
- 中小機構主催の展示会活用
- 中部経済産業局の事業化・市場化支援事業の活用

### 事業展開

#### < 国内 >

- 中小機構主催の展示会・商談会を活用し販路開拓
  - ・「テックマルシェ（近畿の食の商談会・展示会）」
  - ・「沖縄大交易会」、「3法ビジネスマッチング会」
- 中部経済局の事業化・市場化支援事業を活用し販路拡大
  - ・「スーパーマーケットトレードショー」「FOODEX」等に出展し、食品量販店への卸を中心に販路を拡大。

#### < 海外 >

- 商社企画の「日本の伝統食文化発信のため米国見本市」の“レストランショー（ニューヨーク）”、“ナチュラルフードフェア（アナハイム）”への出展を機に、米国への販路を開拓。

### 事業成果

#### < 国内 >

- 新しいカテゴリー商品として、新たな顧客層への販売が増加。
- 八丁味噌自体の認知度も高まり、相乗効果で味噌の売上も拡大。

#### < 海外 >

- 業務用として、米国のレストラン等の飲食店への販路を開拓。海外展開の足掛かりを掴む。
- フランス、ドイツ、イギリス等のヨーロッパへの販売も開始し、今後は、シンガポール、台湾、香港への販路開拓を目指す。
- 海外展開にあたり、現地での販路やニーズを把握しているパートナー（商社など）を見つけることが重要。