

ニューヨークで生まれた「お菓子」サブスクで日本の地方創生に貢献！  
**日本を世界に発信する Bokksu が**  
**JETRO 補助金事業者として採択**  
～地方メーカーと輸出向け日本菓子の共同開発で欧米販路開拓へ～



ニューヨークと東京を拠点とし、日本のお菓子のサブスクリプション（定期購入）サービスや越境 EC サイトの運営を行う Bokksu（本社：米国ニューヨーク、CEO：Danny Taing、以下当社）は、2023年6月、JETRO（日本貿易振興機構）の「対日直接投資喚起事業費補助金」の事業者として採択されたことをお知らせします。

### ■「Bokksu」の事業について

当社は、Danny Taing（以下 Danny）が2015年に設立した、日本菓子のサブスクリプション（定期購入）サービスを展開する企業です。アジア系アメリカ人としてニューヨークで育った Danny は、日本菓子をアメリカの友人に配った際、とても喜ばれたことからサービスの着想を得ました。かつて、自身が日本菓子の美味しさと種類の豊富さに魅了されたように「日本の美味しいお菓子を世界の人に届けることで、食やメディアを通じて世界の人々をつなぎ、文化をサステナブルなものにしたい。」という思いから、「Bokksu」創業に至りました。

現在は、「日本の伝統的なお菓子のおいしさや技術を世界に伝えること」をミッションに、これまでサービスを通して約100カ国のお客様に100万箱以上の日本のお菓子を届けてきました。また、越境 EC「Bokksu Boutique」では、日本のお菓子や工芸品、雑貨などを取り揃え、プレミアムな日本の商品を世界に発信しています。

## ■「対日直接投資喚起事業費補助金」事業について

「対日直接投資喚起事業費補助金」とは、JETRO（日本貿易振興機構）が提供する、外国・在日外資系企業等と日本企業・研究機関等の協働を通じ、外国・在日外資系企業が日本への革新的な技術やビジネスモデル等の導入や展開を図る取り組みを支援することを目的とした事業です。

## ■日本菓子業界の市場背景

昨今、日本では人口減少に伴う国内市場の縮小傾向にあり、農林水産政策研究所の推計によれば、国内の食料支出総額は2050年には2010年の88%まで下降すると予測されています。（※1）さらに、新型コロナウイルス感染症の流行による消費行動の変化により土産菓子市場規模は直近でも縮小傾向が見られます。（※2）

国内市場が縮小する一方、世界の食品需要、特に、日本の食に関する人気は高まっており、輸出大やインバウンド向けの商品開発・マーケティングなど、海外需要の取り込みを模索する企業が多くなっています。農林水産省では「輸出拡大実行戦略」において菓子などの加工食品を重点品目に指定する（※3）など、国や自治体もその支援を行い、海外での販路拡大は急務になっています。

※1…出典 農林水産政策研究所 人口減少局面における食料消費の将来推計

[https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kikaku/bukai/H26/pdf/140627\\_03\\_01kai.pdf](https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kikaku/bukai/H26/pdf/140627_03_01kai.pdf)

※2…出典 矢野経済研究所 コロナ禍における流通菓子市場に関する調査

[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2716](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2716)

※3…出典 農林水産省 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略～マーケットイン輸出への転換のために～

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf>

## ■補助金事業への申請の経緯

上記の市場背景がある一方で、日本菓子を海外へ展開するには、顧客のニーズに合わせて日本らしさを失わずにローカライズさせていく必要性があること、また米国においては食品の輸入規制が厳しく、小売販売する商品を開発するためには、原材料や輸出入に関する知識が必要となること等、様々な課題があります。

また、日本国内に目を向けると、地方の菓子メーカーの中にはお菓子を製造するも海外販路を見出だせず、販売ルートが国内に限られるケースも多く存在します。従来のバリューチェーンに沿ったビジネスでは、上流のメーカー等が最終購買者の購買データや商品の感想をタイムリーに得ることができないため、消費者が真に望むものを開発することが難しいという課題があります。リソースの限られている中小企業にとって、特に海外向け商品となれば、そのハードルは格段に上がります。

2023年8月2日

Press Release

そこで、3万人を超える会員数を所有する当社の日本菓子のサブスクリプションサービス「Bokksu」にて培った、海外消費者のデータやノウハウ、販売ルートを活用することで、菓子メーカーの海外販路拡大、売上拡大並びに地域経済への発展に貢献するプロジェクトを申請し、今回採択に至りました。日本の中小規模の菓子メーカーが、海外を市場としたD2C事業者と共同で商品開発を行う事例は過去にない、先進的といえます。

## ■プロジェクトの概要

当社のデータに基づき、日本菓子の中でも特に海外消費者に人気の高い分類の菓子にて、オリジナル菓子の開発及びブランディング・販売を行います。

1. 日本の菓子メーカー（現在選定中）と共同でオリジナル菓子の開発を実施
2. 当社ECプラットフォーム「Bokksu Market」や海外小売店で販売を実施
3. その後、下記工程を踏まえ、日本での量産体制を構築
  - ・2024年に提携する日本の菓子メーカーへの投資を拡大（発注量拡大）
  - ・日本の新規菓子メーカーとの提携を開始
  - ・2024年中に、当社の米国向けECプラットフォーム「Bokksu Market」(<https://www.bokksumarket.com/>)

および

提携小売店での正式販売予定

## ■今後の展望

### 1. 地域経済への貢献

量産体制を構築できた場合、メーカーへの発注拡大が見込めるため、地域活性と老舗菓子メーカーの経営継続の一助を担うことが期待できます。

### 2. メーカーの海外販路拡大、売上拡大への貢献

提供予定の知見・データ・ノウハウは、メーカーが今後他の商品開発を行う際にも活用いただけます。

そのため、将来的に商品企画力・開発力の強化に寄与し、メーカーの海外販路拡大、売上拡大に貢献します。

## ■会社概要

Bokksu は 2015 年、「日本の伝統的なお菓子のおいしさや技術を世界に伝えること」をミッションに Danny Taing によって設立された、ニューヨークと東京を拠点とする D2C 企業です。日本の伝統的なメーカーとの関係を基軸に、お菓子のサブスクリプション（定期購入）サービス、プレミアム・ライフスタイル商品のオンライン・マーケットプレイス（EC サイト）、そしてアジアの食品を販売するオンライン・グロサリーの 3 事業を展開。世界 100 カ国以上に日本やアジアの魅力を伝えています。商品だけでなく、その背景にある作り手のストーリーや文化を伝えることにより、アジアと世界の文化の架け橋になることをミッションとしています。Bokksu は、LGBTQ+と AAPI（アジア・太平洋諸島系アメリカ人）が有する企業です。



米国本社：Bokksu Inc.（ボックス・インク）

創設者：Danny Taing（ダニー・タン）

設立：2015年11月12日

資本金：2200万ドル

役員名：代表取締役 Danny Taing

所在地：259 W 30th Street, New York, NY 10001, USA

日本法人：Bokksu K.K.（ボックス株式会社）

設立：2018年5月14日

資本金：500万円

役員名：代表取締役 小谷 真一、取締役 Danny Taing

所在地：〒105-6415 東京都港区虎ノ門1丁目17番1号 虎ノ門ヒルズビジネスタワー15階



2023年8月2日  
Press Release

関連リンク

<https://www.bokksu.com/>