

積極的なプロモーションで各国へ菓子の販路開拓(広島県)(29年度)



マルカイスーパー(ハワイ)での販売の様子



SIAL CHINA(中国上海の食品展示会) 出展の様子

【概況】

- ◆ マルト製菓株式会社は、約20年前から問屋を通じて中国等へ菓子輸出。
- ◆ 当初は問屋に商品説明を依頼していたが、2013年11月に広島県主催の食品展示会FHC(中国上海)へ菓子(長崎かすていら等)を出展した際、自ら試食や商品説明を実施する方が来場者の反応が良いと実感。この後は、自社担当による現地での直接プロモーションに切り替えた。
- ◆ また、中国市場の活気と将来性から同国への売り込みを強め、売上が増加。これを弾みに世界各地で販路を開拓。

【工夫している点】

- ◆ 定期的に現地へ入り試食販売のプロモーション。
- ◆ 常温180日の賞味期限ながら、回転率をあげて半年間で商品売り切るスキームでバイヤーの信頼を確保。
- ◆ 輸出先ごとに輸送期間や荷扱い等が異なることから、原材料の配合や袋の材質・容器を細部にわたって研究し、品質保持を実現。
- ◆ 地道な試食販売などで販売店・購買層の生の情報を入手。日本や現地側バイヤーが「売れない」とした商品も試食販売の手法により販路を拡大。

【輸出実績】

輸出先 : 中国、香港、台湾、タイ、オーストラリア、ベトナム、シンガポール、マレーシア等
輸出品目: 菓子(カステラ等)
輸出額: 3000万円(H25.7)、9000万円(H26.7)、1.65億円(H27.7)、2.8億円(H28.7)、3億8000万円(H29.7)

【今後の展望】

- ◆ 海外食品展示会出展とエジプト、ドバイ等UAEへの展開。
- ◆ ハラル専用工場設定の検討。

【輸出による効果】

- ◆ 工場稼働率の向上
- ◆ 積極的な設備投資
- ◆ 雇用促進、工場の活気
- ◆ 賃金ベースアップへ実現の可能性

マルト製菓のウェブサイト:
<http://www.marutoseika.com/>