

食料産業局長賞

突破力のある商品開発と取引先のニーズに地道に対応し輸出を拡大

有限会社柏崎青果

代表者：代表取締役 柏崎 進一

所在地：青森県上北郡おいらせ町木崎158

主な品目：長芋、黒にんにく、ごぼう等 10品目

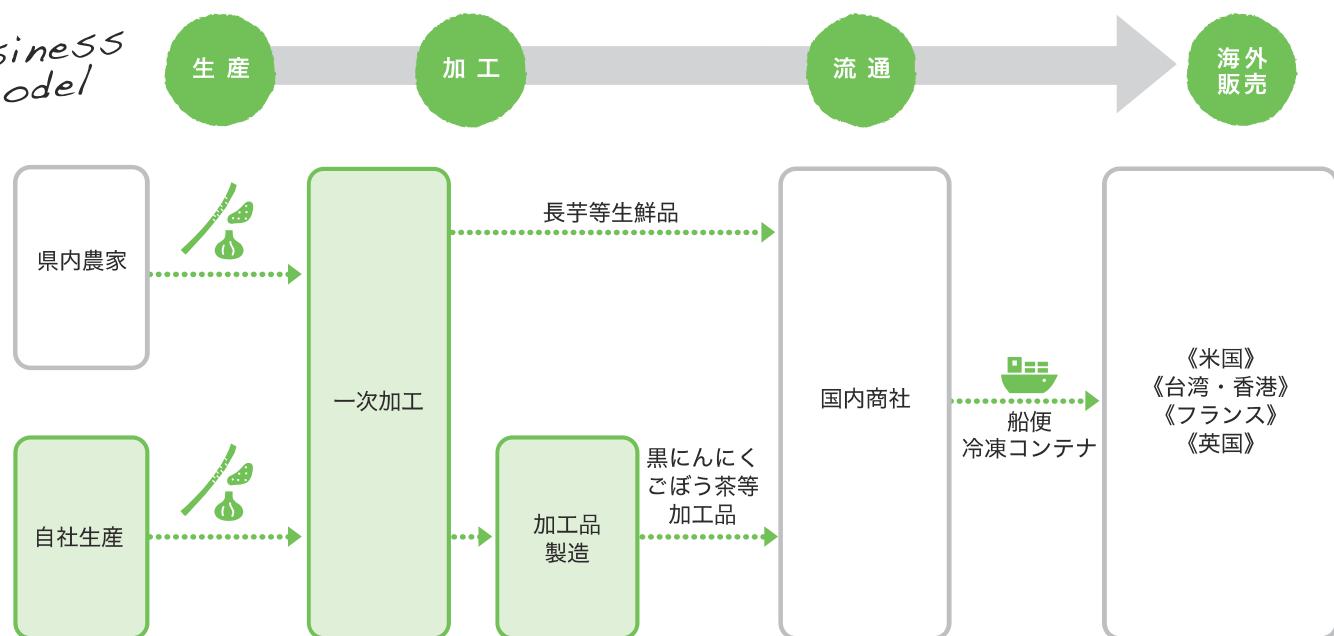
主な輸出先国：米国、フランス、英国等 18か国

事業概要：

野菜生産、一次加工、卸売、農産物加工品製造販売を手掛け、付加価値の高い加工品の販売に力を入れている。取り扱う野菜類は青森県産100%にこだわり、高品質の野菜を一定量確保できる仕入能力が当社の強みである。



Business model



輸出の取り組み内容

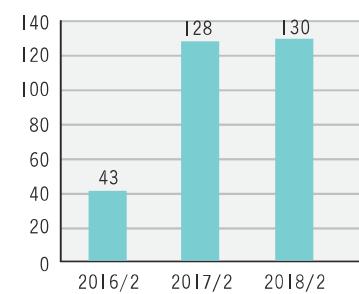
- 代金回収のリスクヘッジの為、原則として商社を間に入れて、輸出を行っている。また、初回取引では前払いを条件とし、船への積み込み前までに入金がなければ出荷しない対応も行い、代金回収を確実に行える体制を敷いている。輸出手続自体は当社が自ら行っており、輸出に対応したパッケージングや検疫も自ら対応している。
- 先方の求める品質の生鮮野菜を必要量集荷できることと、20年に亘る輸出経験から品質を維持した状態で現地まで運送できるノウハウが当社の強みとなっており、高価格販売を実現している。
- 小口注文が多い欧州向け航空便で成田から、米国向けはコンテナで主に仙台港から輸出している。

取り組み経緯

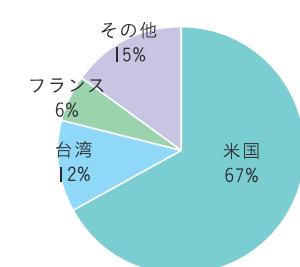
- 台湾からの長芋の引き合いに対応して、1995年に初めて輸出を行った。到着時に腐敗しているなどのクレームに真摯に対応し、社長自らが現地に飛び原因を探り一つずつ課題を解決することで先方の信用を得て輸出を拡大していった。
- 2006年には黒にんにくを自社開発し、知名度向上のために海外の食品展示会に出展するなどの取り組みを行い、ミシュランの星付レストランに採用されたことをきっかけに海外での知名度が向上し、輸出先も一時20か国以上に拡大した。

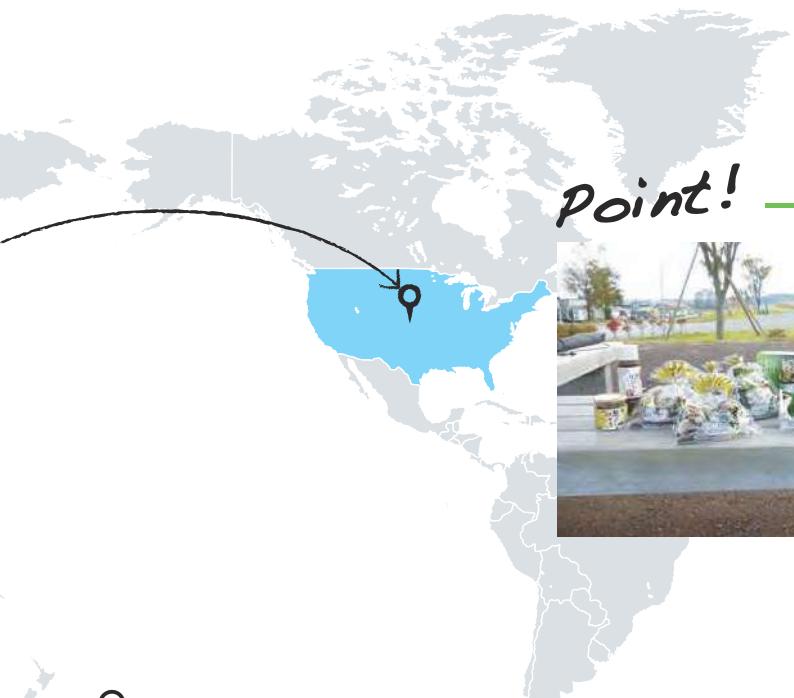
実績

輸出額 (百万円)



輸出国別割合





Point!



- 高品質のものを必要量確保することで先方の信頼を得て、輸出規模を拡大している。集荷業で培った野菜毎の最適な保存温度帯を知っていることも輸出する際の助けになっている。
- 長芋を、欧州ではスライスしてトリュフのように料理の上にかける食べ方や、米国では皮つきでBBQの材料としての活用の提案を行っている。黒にんにくは、その機能性が大きく注目され海外の一流レストランでも採用されている。

0

[課題と解決ポイント]

課題
01

長芋の鮮度保持期間が短く、欧州向けには輸出が難しかった。

課題
02

中華系の需要以外に、どう販路を広げていくか。

課題
03

以前は社長が全て判断しており、販売機会を逸失してしまう危険があった。

解決
01

元々、長芋はおが屑に詰めて出荷していたが、おが屑の入手が困難になってきたこともあり、新たな鮮度保持の方法を開発する必要があった。特殊な袋をメーカーと共同で開発し機械化することで、鮮度保持期間を2か月まで延ばすことに成功し、欧州への輸出を可能にした。この取り組みは国内の流通にも応用しており他社との差別化につながっている。

解決
02

現地のスーパーの店頭で試食会を年2回継続して行い食べ方を知ってもらう活動を通して需要開拓を行っている。また、食品関連の展示会にも継続して出展し、現地バイヤーに対する知名度を上げる活動も行っている。

解決
03

輸出担当を3人配置し、原価算定を共通化することで、社長不在時も販売価格の判断を担当者が行えるようしている。また、輸出に関する手続きや取引条件等をマニュアル化、ルール化し、共通の基準で手続きや判断ができるように社内体制を整備した。

今後の事業展開

- ブランド化し、パッケージにより認知度を向上させて、高品質・高価格での販売を維持していく。
- 黒にんにく普及を目的に協同組合青森県黒にんにく協会を設立しており、「Japanese Aomori Black Garlic」として青森県産黒にんにくの消費拡大を推進している。



長芋の鮮度保持袋と箱詰め



海外での商談の様子



輸出担当者が対応