

輸出・国際局長賞

丸啓鯉節株式会社

(静岡県御前崎市)

鯉節
削り節
抹茶

・アジア圏
・アメリカ
他

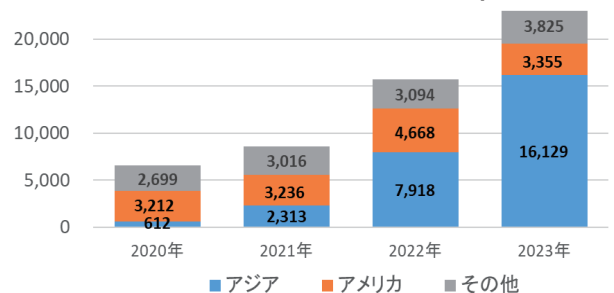
ハラル認証を取得し、イスラム圏へ進出

取り組み内容

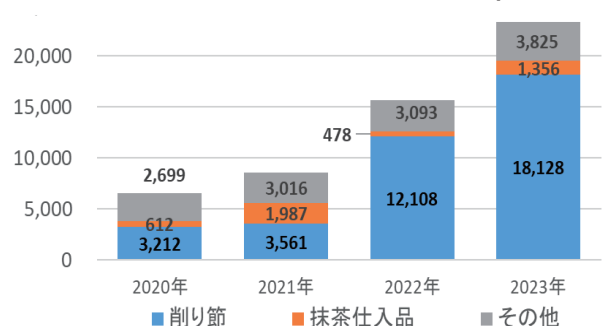
- 創業約35年の鯉節を2010年より輸出している。
- 自社鯉節製品と他社の抹茶製品等を混載することで輸送コストを低減している。
- 混載することで日本食材のラインナップ拡充につながり、輸出先での販売促進に寄与。
- 海外の取引で必要とされるハラル認証、EU-HACCPなどを取得した。
- 削り方や梱包の高い技術を活用し、風味や外観の良い高品質な製品を提供することで、安価な他国製品と差別化を図った。
- 商社を介さずに直接輸出することで輸出先のアフターフォローやニーズ収集を可能にしている。

輸出実績の推移

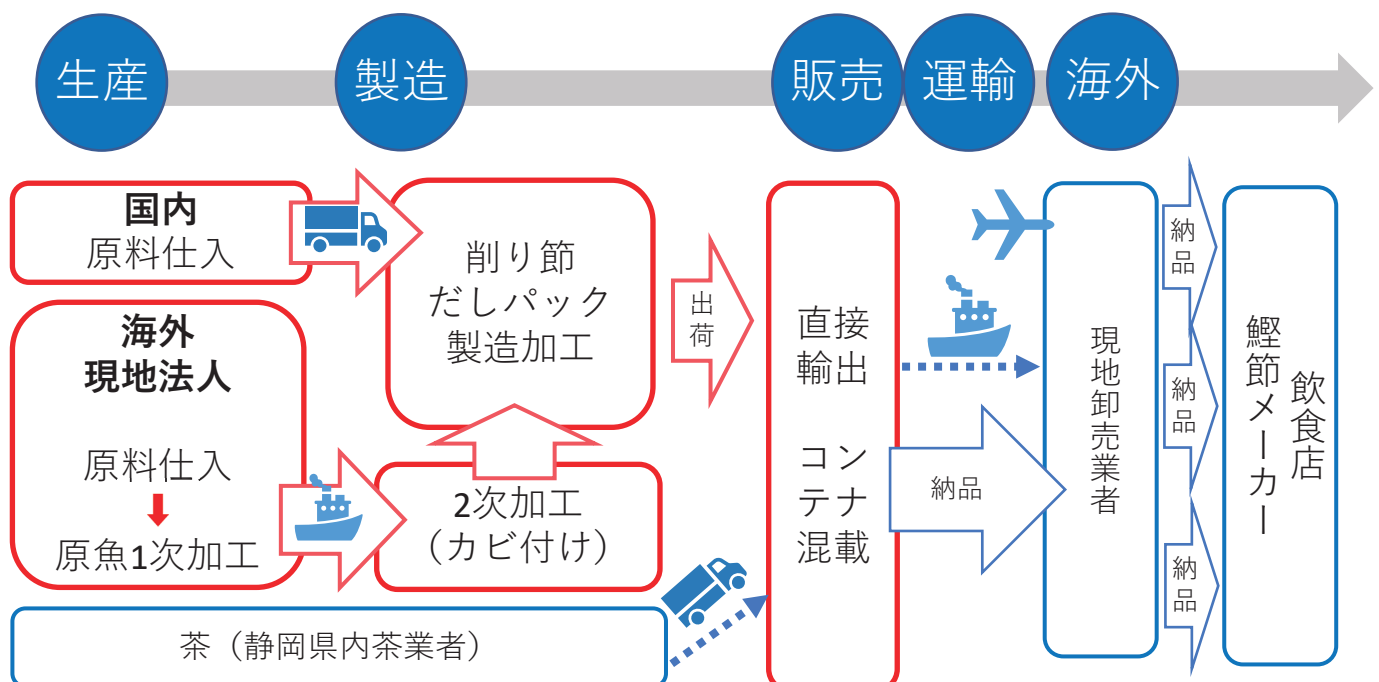
国別輸出金額の推移（万円）



品目別輸出重量の推移（万円）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 食生活の変化や人口減少に伴い、日本の鯉節市場が縮小していたことから新天地を求めて輸出を検討し始めた。既存事業において、原料仕入・加工を行う現地法人を通じてニーズを収集したところ、ラーメンやお好み焼き向けなどの鯉節需要があることが分かったため、2010年より輸出を開始した。
- すでに現地とのコネクションもあるため、商社を介さずに直接輸出を行っている。商品の販売先と接点があることでニーズ収集やアフターフォローを可能にしている。

課題と解決のポイント



他社製品との混載

輸出はコンテナ単位で行うが、鯉節製品のみで満載するのは困難であった。満載を優先して過剰に積載した場合、現地で在庫過多となり、製品劣化を招く。

地元のお茶業者と提携し、鯉節と抹茶を混載を開始。梱包の密閉度が高いため、匂い移りの問題もなく、積載効率を向上させた。ラインナップ拡充につながり、現地での日本食材需要への対応力も向上した。



高い品質要求に対応

輸出先国では、他国産の安価な製品が競合となっている。価格競争に陥ることなく、売り上げを確保するためには、品質差異を認識させる必要がある。

メッセージアプリを用いて現地業者と高頻度で連絡を取ることで品質要求を詳細に把握し、高い品質を実現した。香りや外観が他国とは大きく異なる水準で製品を提供し、品質差異が認識されるようになった。



言語対応力の向上

かつてコミュニケーションが円滑に進まず、輸出事業の展開を断念した国があった。直接取引の利点を活かすにはコミュニケーション力の向上が不可欠である。

経営者を筆頭に語学力を高め、コミュニケーション力を向上した。当社トップが輸出先のトップと直接交渉することでスピード感と決定力、信用力のあるダイナミックな取引を継続している。語学力の高い従業員も確保。



▲タイ国内を走るマルケイのトラック



▼現地工場社員（タイ）



▼輸出用出荷



▲輸出用削り節

今後の展望

▲原材料の安定供給を目指し2012年にフィリピン、2014年にタイに工場を建設（写真：タイ工場）

- 海外でまだなじみのない「katsuobushi」の知名度向上を図るため、料理教室や教育機関を通じての食育活動を通じて、鯉節という日本の誇る伝統食品のローカライズを進めたい。
- 鯉節業界では珍しいハラル認証を取得し、イスラム圏への浸透を図っていく。また、混載商品の茶メーカーも同時にハラル認証を取得し、相乗効果を狙いイスラム圏への浸透を図る。
- 混載製品の抹茶以外にも、だしパック、鯉節関連商品拡大し、日本食材の輸出拡大を図る。