

輸出・国際局長賞

石丸製麺株式会社

(香川県高松市)

讃岐
うどん

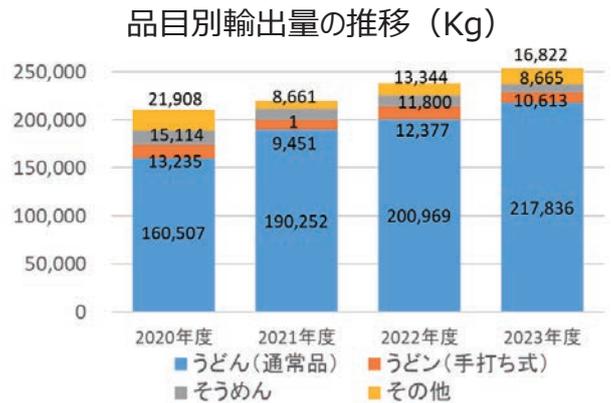
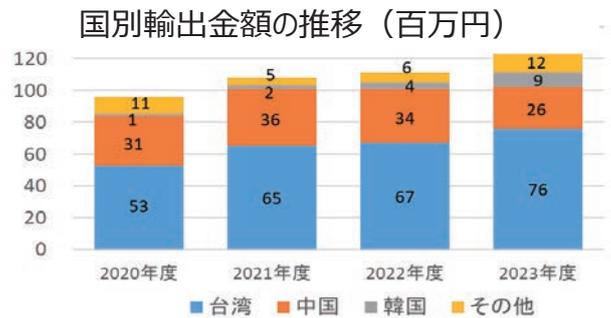
・台湾
・中国
・香港 他

「さぬきの夢」国産原料の讃岐うどんを世界へ展開

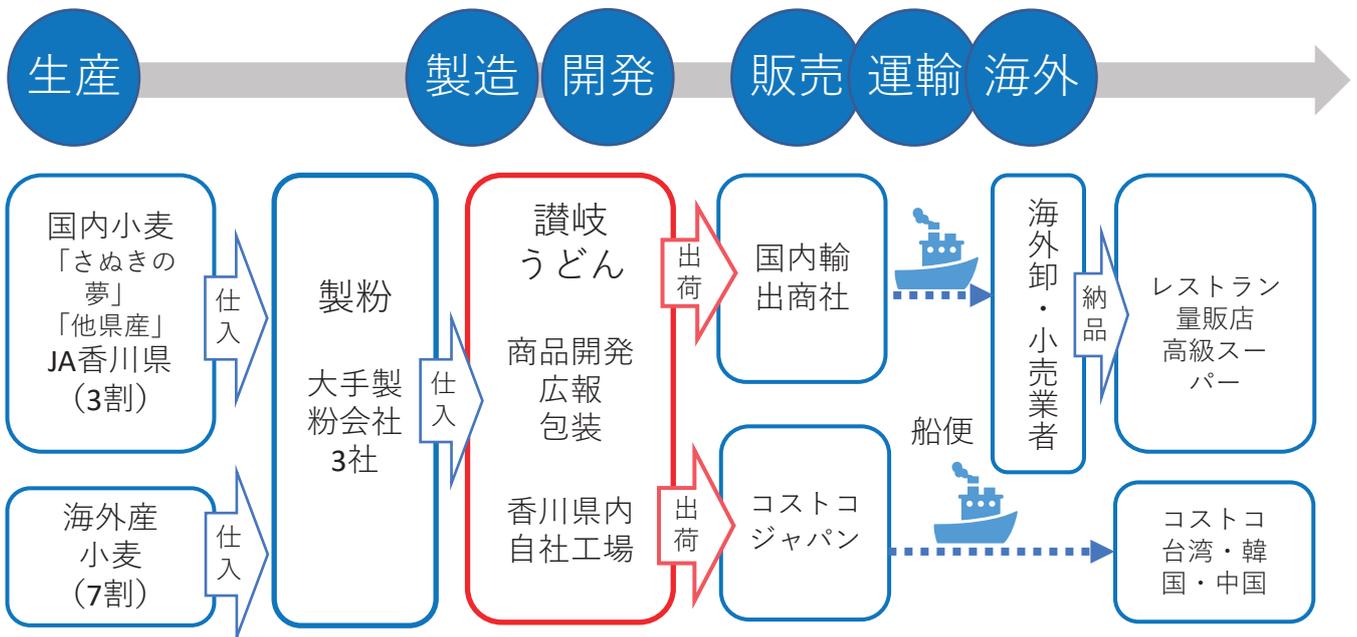
取り組み内容

- 明治37年（1904年）乾麺製造業を創業。昭和59年には、我が国初の手打ち式乾麺の商品化を成功。国内産小麦粉（特にさぬきの夢）の使用比率を高め、「メイド・イン・ジャパン」の高付加価値商品であることをアピール。
- 2002年より日系スーパーを中心に台湾・香港・中国など海外販売を開始。その後、台湾・中国・韓国コストコ向けに直接販売を展開するとともに、キャセイパシフィック航空のビジネス機内食として「茶うどん」が採用されるなど海外の販路開拓を精力的に推進。
- インド向け専用商品の開発や長期保管可能な半生麺の開発にも取り組む。
- 令和6年3月に海外営業部を新設。海外販路開拓に向けた体制を強化。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 2002年より、食品商社を通じて間接輸出を行い、日系スーパーを中心に台湾、香港、中国、韓国など東アジアから海外販売を開始。2004年コストコジャパンとの直接取引で台湾コストコに販路ができ、さらに中国、韓国コストコにも販路が拡大し、主要な輸出先となっている。
- また、シンガポール、米国、EUと販路は拡大し、現在輸出先は20か国を上回り、現地スーパーで讃岐うどんを紹介しながら、「石丸」ブランドの実演販売活動を実施。

課題と解決のポイント

👍 国産麦使用の先駆け 👍 有望市場への進出 👍 賞味期限延長の取組み

外国産小麦が原料であった乾麺市場で、讃岐うどん専用小麦「さぬきの夢2000」をいち早く採用、国産原料使用の先駆けとなったが、さらなる比率向上を目指す。

東アジアが主要輸出先であり、米国、EUと販路を拡大していたが、さらなる販路拡大をめざすためには、新規の有望市場へ進出がもたえられる。

海外に於いても、半生麺は、人気が高いが、賞味期限が90日と乾麺の1年半に比べて短いため、小売店の店頭で展開できず、輸出先が限定される。

現在、同社が「さぬきの夢」を最も使用している企業であり、国産小麦使用率は、ここ数年で20%から30%へと向上した。この11月からは、コストコ台湾向けは、100%国産原料の製品へと切り替えが行われる予定である。

スープに入った麺になじみのないインド市場では、現地料理をパッケージに使用した専用商品の開発・投入。香川県が招へいたUAEのバイヤー、シェフが工場を見学、有名レストラン複合施設での新メニューによる讃岐うどんの提案をした。

香川大学農学部と共同研究を通じて長期保管が可能な半生麺の開発をめざしている。実現すれば、東アジアの高級小売店や一部の飲食店に限られていた販売先が、世界へと拡げていくことが可能となる。



▲ さぬきの夢 (JA香川県)



▲ 海外輸出向け準備



コストコでは、
梱包材のまま
◀ 陳列

インド市場▶
では、乾麺を
使用した現地
料理の写真
をパッケージに
使用



今後の展望

- 海外の大口顧客との取引拡大に対応し、現在2交代制で最大限生産中。今後の新規市場開拓を視野に入れ、供給力拡大のため令和8年には新工場を竣工予定。これにより同社の生産能力は現行の2倍となる見込みである。
- 同社製品の品質の高さと日本食への人気から売上増加傾向は続く見込み。
- 海外で幅広く量販店を展開するPPHI（パン・パシフィック・インターナショナル・ホールディングス）と協業で、2024年からラーメンの輸出を開始、好調で今後の伸びも期待される。