

食流機構会長賞

株式会社播磨灘

(兵庫県姫路市)

冷凍

- ・殻付きかき
- ・むき身無水かき
- ・むき身かき

- ・シンガポール
- ・マレーシア
- ・ベトナム 他

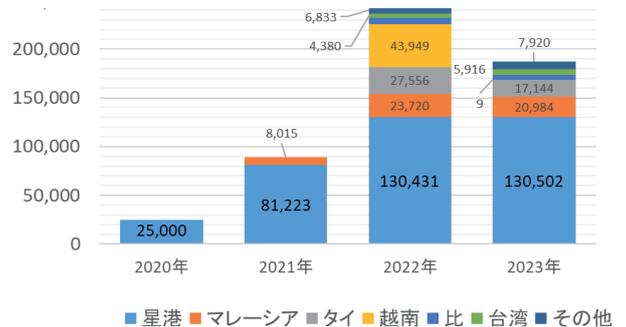
播磨灘の豊かな海で育った高品質な“かき”を世界へ

取り組み内容

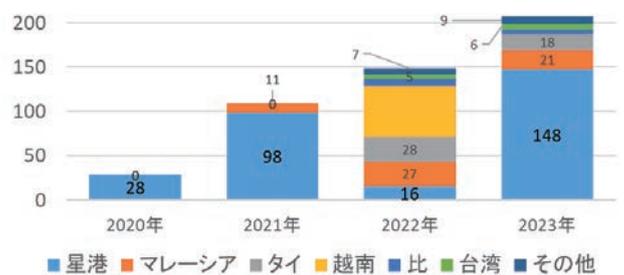
- 2016年から冷凍かきの加工製造をスタートし、国内商社を通して2019年から輸出事業を開始。播磨灘の豊かな海で育った地元特産のかきを最新のプロトン凍結機で急速冷凍、上位中産階級ユーザーをターゲットに、高品質を維持した状態で輸出。
- 輸出先国に合わせた海外施設の登録や、ISO22000認証の取得をし、生産体制・輸出体制を確立した。さらに兵庫県と連携しながらEU施設認定にも取り組んでいる。
- 「全国牡蠣-1グランプリ」でグランプリを受賞した自社ブランドの身の引きしまったかきの生産や、人工種苗の生産など、上流工程への事業拡大を図っている。

輸出実績の推移

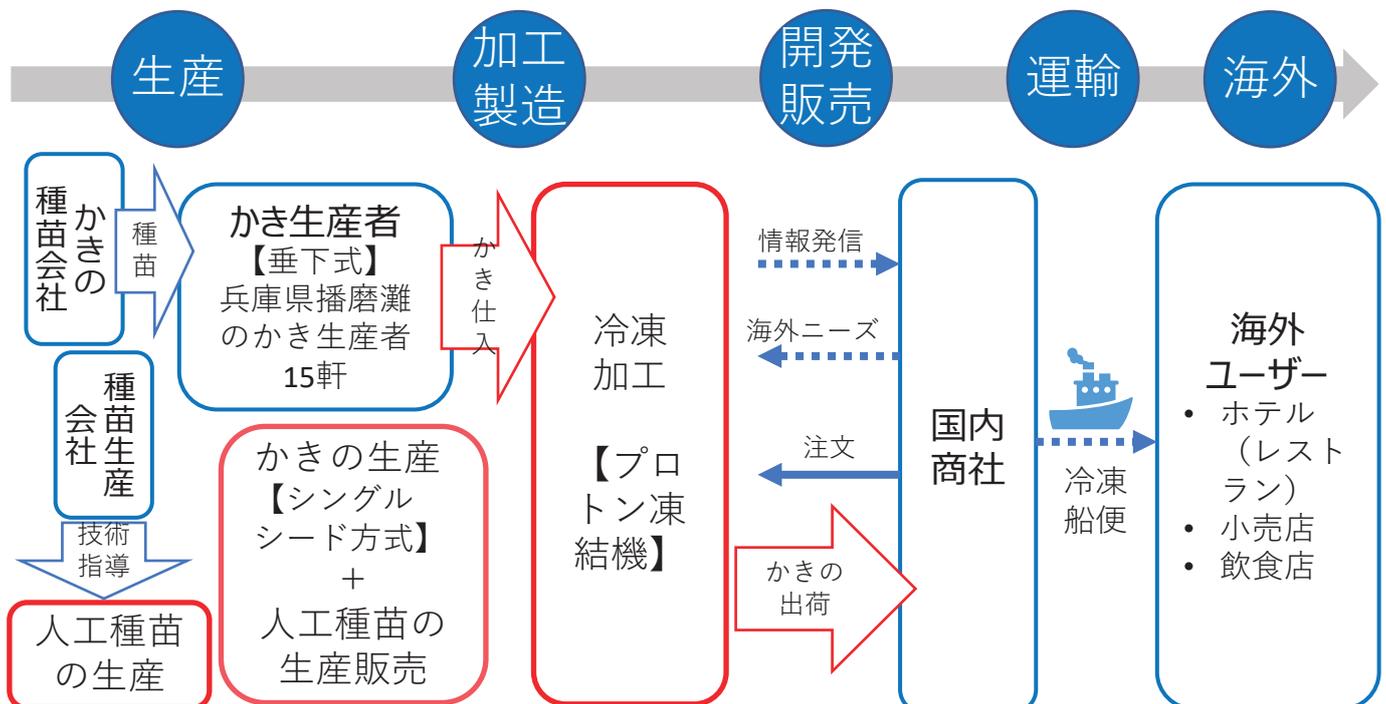
国別輸出金額の推移 (万円)



国別輸出重量の推移 (トン)



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 播磨灘海域では漁協が養殖筏の台数制限を実施し、豊かな海を維持しており、そこで取れるかきは高品質で1年かきと呼ばれており、国内の価格競争には巻き込まれなかった。
- 2020年のコロナ禍で、国内の飲食店からの需要激減の中、地元のかき生産者が安定して事業を継続できるように従来通りにかきを仕入れ、スーパー等への卸売りを増やして加工製造を継続し、海外向け商談会への参加をきっかけに輸出事業を開始した。
- シンガポールへの輸出での高評価をきっかけに、国内商社を通してベトナムやマレーシア、インドネシア等の東南アジアへの輸出の他、中国や中東、E Uからも引き合いがある。

課題と解決のポイント

社内体制の確立

輸出を行うためには、海外施設登録や通関書類作成、ISO22000等の国際認証の取得など、輸出のための事務体制、生産体制の確立が求められる。

従業員25名と小規模であり、輸出に関しては営業1名、事務1名と零細な体制ながら、国内商社の協力の元で社員が工夫を重ねて、輸出国の海外施設登録やISO認証取得、プロトン凍結機の導入による安定した生産を実現した。

高品質による差別化

かきの産地としては全国に有名産地がある中、価格競争に巻き込まれないように、高品質や安定供給、かきそのものの差別化が求められる。

従来から播磨灘では高品質なかきが取れる中、シングルシード方式による独自ブランド「キューティーカキ♡」（小ぶりだが身がたっぷり引きしまったかき）の生産を確立し、「全国牡蠣-1グランプリ」ではグランプリを受賞した。

事業の安定性確保

地元生産者からのかきの仕入、国内商社を通じた輸出では、かきの生育不良による原料調達が不安定となる点が危惧され、収益力の弱さが否めない。

かきの生産から、さらに人工種苗生産へと、かき生産流通における上流工程へ事業を拡大し、安定した原料確保を確立しようとしており、成果もでている。今後はさらに社内体制を確立し、かき流通全般を担い収益力を向上させる。



◀シングルシード方式により生産された、かきの収穫の様子



▲連続式プロトン凍結機で急速冷凍されたかきは、解凍時のドリップ量が約20%も減らせることが可能



▲冷凍殻付きかき



▼身が引き締まったかき



▲海外向けパッケージ

今後の展望

- 人材の確保に関しては従来は地元出身者が対象だったが、社内体制を確固たるものにするため、UIターン等で有能な人材の確保・育成に取り組む。
- 現在、インドネシアからの外国人技能実習生に、かきの加工業務に従事してもらっている。彼らの帰国に際しては、当社で培った技術を活かして、インドネシアでのかきの生産・流通に取り組む。
- 兵庫県と連携しながら、海水調査やモニタリングを実施して、E Uの施設認定に取り組み、E Uへの輸出を実現する。

食流機構会長賞

千代むすび酒造 株式会社 (鳥取県境港市)

日本酒
ウィスキー
リキュール

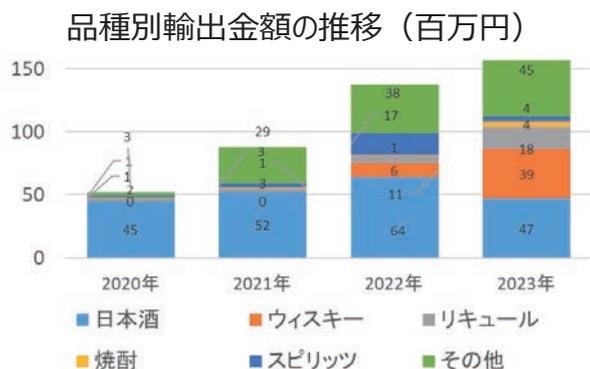
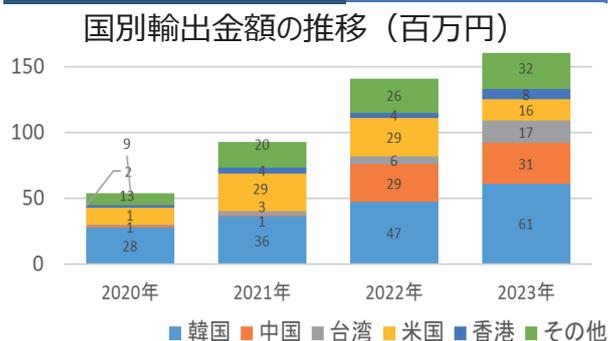
・韓国
・中国
・台湾

現地商社との直接取引により現地系マーケットを開拓

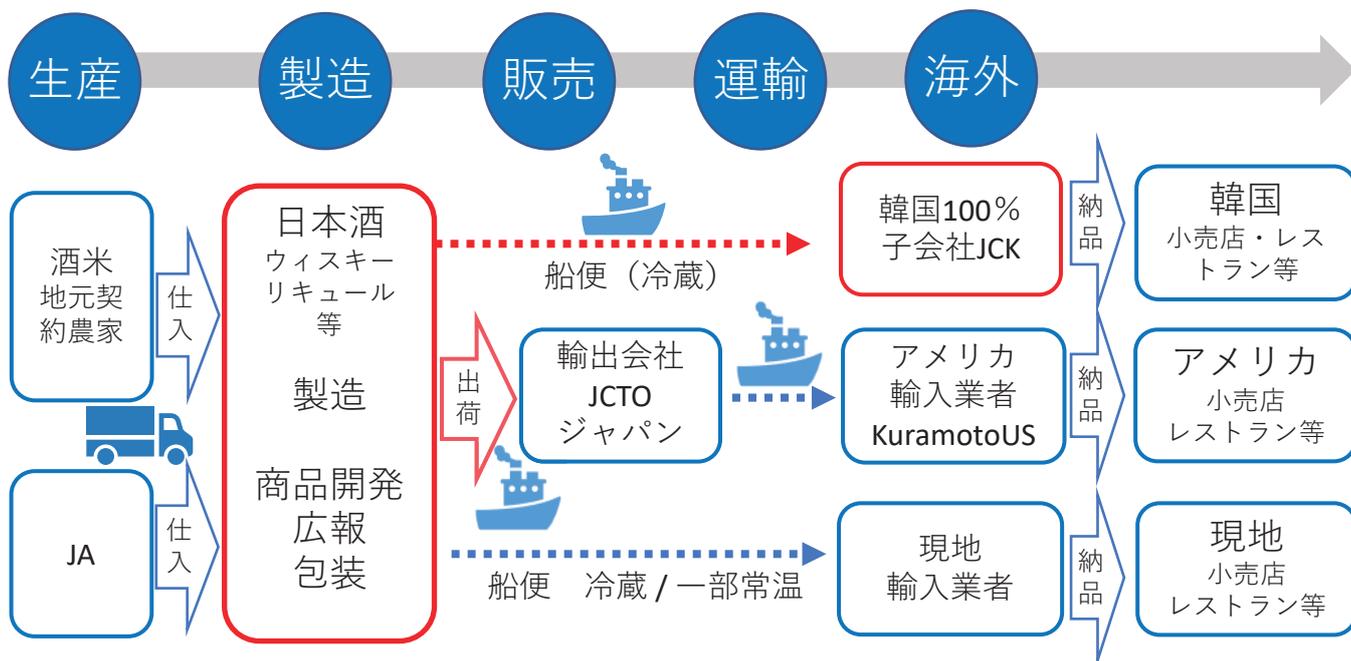
取り組み内容

- 創業慶応元年（1865年）創業の老舗酒蔵である。27か国に輸出している。
- 韓国は、鳥取県境港市から定期貨物客船が就航することになったのをきっかけに、2009年100%子会社を現地に設立した。
- 製造製品は、日本酒、焼酎、リキュール、ジン、ウォッカ、ノンアルコール、花甘酒など多岐にわたる。
- カナダ、オーストラリアなど現地商社と直接取引を開始。日系でない現地食マーケットを開拓。
- 地域の米農家と勉強会を行い、持続的な酒米生産の維持を図っている。

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

- 日本国内の人口減少、若者のアルコール離れによる、日本酒マーケットの縮小を予測し、1995年から輸出業務の取り組みを開始した。
- アメリカとの取引は、2008年の創立時に他の酒造5蔵と共同出資した輸出会社（日本側）とその100%子会社の輸入会社（アメリカ側）が行う。
- 世界的な新型コロナウイルス感染症拡大時のオンライン商談会の経験を経て、商流の見直しを実施。日系の流通業者と、1国1社の流通業者で展開をしてきたが、現地流通業者にも展開し、1国2社の取引へと拡大。

課題と解決のポイント

👍 新たなユーザーの開拓

既存の流通形態では、日本酒が、日本食マーケットである日本食料理店や居酒屋スタイルのお店にしか流通しないという問題点があった。

現地の輸入業者と取引する事で、現地食のマーケットや海外現地のリテールショップでの取り扱いや現地のオンライン販売など新たな市場開拓に取り組めた。日系の輸入業者は、日本食マーケットと住み分けできた。

👍 取扱単位数量の増加

日系商社との取引では、国内の指定された倉庫へ少ない時には数ケースしか輸出できず、支払いは納品後という事が常態化していた。

現地の輸入業者と直接商談し、パレット単位（最低40ケース以上）で受注している。受注規模もけた違いの増加となり、また原則前金受注のため先方の本気度を測る事ができる。

👍 オンラインイベントの開催

現地でのプロモーションをしても取引量が増えない。加えて世界的な新型コロナウイルス感染症拡大後、現地に伺ってのリアル販促のさえできなくなった。

2022年4月カナダのエドモントンとZoomでつなぎオンラインSAKEディナーを開催した。料理と日本酒のペアリングメニューを体験していただいた。国内外問わずオンラインで蔵元と消費者を繋ぐことができることがわかった。



◀ シングルモルトウイスキー「林太郎3年」



▲ 「岡空本店」前

LAの日本食レストランの常連顧客が毎年来日



▲ カナダのエドモントン日本酒セミナー

「輸出EXPO2023」（東京ビッグサイト）商談の様子 ▼



今後の展望

- 2021年にウイスキー製造許可を取得後、シングルモルトウイスキーの製造、ブレンデッドウイスキーの製造をはじめている。ジャパニーズウイスキー人気は世界的に高まっており、引き合いは多い。カナダ、台湾にすでに出荷済み、シングルモルトウイスキー「林太郎3年」は、2024年10月に予約販売にて発売。創業家2代目、3代目が襲名していた「岡空 林太郎（おかそらりんたろう）」の名から命名。ストーリーのある名称、ストーリーのあるウイスキー造りにより、国内外の市場にて価値を伝えていく。
- 数年内には、輸出売上2億円の突破を目指している。