

# 中東食品事業 のご紹介



---

GOHANプロジェクト 中東分科会 (4月28日)

**Summit Trading Company L.L.C**

無断転載禁止

# 1. Summit Tradingとグループ会社紹介

The main map shows the Middle East region with callouts for Summit Trading locations. A red box on the map highlights the Dubai location, which is linked to an inset image of a warehouse. Another red box highlights the Abu Dhabi location, linked to an inset image of a building entrance. A third red box highlights a specific area within the Dubai warehouse, linked to another inset image of a cold storage unit. A logo for Wasl Way Trading is also present on the map.

**【ドバイ営業支店・冷蔵冷凍ドライ倉庫】**

**【アブダビ本社】**

Wasl Way Trading

A small world map in the bottom left corner has a red box highlighting the Middle East region.

An inset image shows the exterior of a large industrial building with a blue and white Summit van parked in front.

An inset image shows the interior of a warehouse with high ceilings and blue shelving units. A red box highlights a white cold storage unit.

An inset image shows a close-up of a white cold storage unit with two doors.

# 2. Summit Tradingの事業

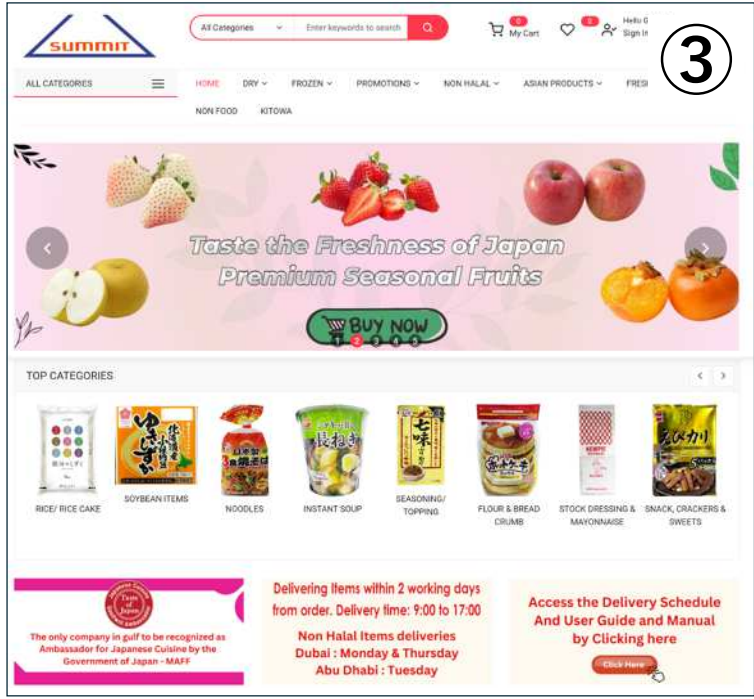
- ①ケータリング：1977年の創業時より続く給食事業。駐在員向けの食事、企業間の会食から大規模なパーティーに対応。
- ②W/S卸売り：レストラン・ホテル等への食材卸販売。Summit主力事業。
- ③eコマース：個人消費者向けSummit Web Store。
- ④レストラン：日本食を提供するHinomaru Shokudo。



1



2



3



4

2

# 3. Summit Tradingの強み

①輸出・輸入拠点をグループで一元管理：出し手と受け手がワンチームで調達



①輸出前検品・バンニング



②海上・航空輸送



③Summit配送車両

②食材知識を持つ日本人営業マンの配置

- > 現地日本人シェフの増加→英語よりも日本語でのやり取りを好む
- > 日本料理・食材で育った営業マンのバックグラウンドに裏打ちされた知識と経験  
例：日本人ではインド料理のスパイスが説明出来ない
- > ”日本食の顔”としての安心感→日本人が取り扱う事がブランド価値となる



# 4. 日本産米の販売①：WS卸売り事業

現地、レストラン、ケータリング事業者、スーパーマーケット向けの卸販売事業。  
日本産米販売に関するトピックを以下に列挙する。

## 1) 価格・供給の安定した日本産米の確保

> 調理ミスを招かないよう使用するお米の切替にはレストラン側は慎重  
(供給不安定なお米は選ばれにくく、提案が困難。)

> お米は使用量が多い事から価格にはシビア (価格変動は切替のリスクが伴う)

## 2) 十分にお米の認知を深める

Ex. サンプル米のお渡し、特性説明 → 品質を実感いただく

## 3) 生産者様の現地訪問

> 生産者の言葉が持つ強い説得力 → 製品の安心感・信頼感醸成

## 4) シェフ等の決定者の産地訪問

> 産地の風土・背景が採用決定の一助となり得る  
(メニュー作りに選ばれやすい傾向)

★複数の取り組みの積み重ねの結果、日本産米選択に至る★



## 5. 日本産米の販売②：Summit Web Store

一般消費者向けに約1000品目の日本食材をWeb販売するネットスーパー“Summit Web Store”。2024年には日本産品のプロモーションを実施し、日本産米は「あきたこまち」をラインナップ。  
<https://summitwebstore.com/#>

1) Webストアにより当社が直接一般消費者に繋がる最低限の露出を確保

> 食材の最終消費者への情報発信が可能

2) プロモーションでは「Japanese Dry & Frozen Selections」の特別カテゴリーを設定

> 専用のカテゴリーページ、バナー、ロゴを作成

3) Facebook、Instagramを用いた広告宣伝

> SNS（認知拡大チャネル）を用いて情報発信をブースト

★消費者が自らの意思で食材情報にアクセス可能★



## 6. 日本産米の販売③： SUMMIT HINOMARU SHOKUDO

“家庭的で良質な日本食を多くの国籍の方にお届けして和食（Washoku）文化を広めたい”をモットーに、本格的な食堂メニューを提供する“Hinomaru Shokudo”をアブダビ市街地で営業中。

<https://www.summithinomarushokudo.com/en/>

### 1) 日本から輸入した食材・調味料をケータリング事業で培った技術で調理して提供。

- > 寿司、弁当、丼ぶり等のお米を用いたメニューをラインナップ
- > 日本人のみならず多国籍の利用客から好評を得る品質

### 2) 日本食材を店頭販売

- > 和食文化の「ショールーム機能」

★店で実食した和食体験（満足感）が購買意欲を高める★

