

特集2 All Takashima 海外への 販路開拓に チャレンジ!!



☎ 商工振興課 ☎ (25) 8514

市では、平成27年10月に策定した「高島市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、雇用の確保を図る先駆的な取り組みとして、「特産品海外販売戦略事業」を行っています。
令和2年度からは、品目にかかわらず、高島市の特産品を広く海外輸出につなげられるよう、シンガポールと香港にプロモーションを行いました。
これまで取り組んだ4年間の軌跡をインタビューも交えながら紹介します。

これまでの取り組み

令和2~3年

香港を代表する食品イベント「香港フードエキスポ」に出展

現地高級スーパーでの催事や現地レストランシェフによる高島市メニューの発案と提供、食の展示会へ出展し、一般消費者への認知拡大に取り組みました。

また、参加事業者の皆さんは海外輸出に関する手続きや各国の輸出規制などを学びました。



令和4~5年

国内外で商談会の実施

これまでの取り組み実績をアピールするとともに、継続的な海外輸出のために現地での試食会や商談会、市に海外バイヤーを招いて生産現場の視察や商談会も実施しました。



コロナ禍

香港バイヤーとのオンライン商談を実施

新型コロナウイルスの影響によって、催事での試食が禁止となったり、商談会がオンラインに切り替わったりするなどの影響がありましたが、継続した取り組みによって、商談成立につながる成果が得られました。

新たな海外販路へ取り組みきつかけ



西友商店株式会社 代表取締役社長 阪田 嘉仁さん

うなぎ蒲焼がシンガポールへの輸出につながりました。バイヤーには、弊社の製造工程を実際に見ていただき、試食もしてもらったことが取り引きにつながったと感じています。バイヤーは日本の方だったので、弊社が懸念することを理解してくれ、一緒に取り引きへの道筋を考えてくれました。これまでに参加した商談会のバイヤーから得たアドバイスを参考に、今後を見据えながら、海外対応ができる生産設備や製法を整えていきたいと思っています。



ニョエ大福が、国内と同様に催事を中心とした*フランチャイズビジネスによって、香港の流通に流れるようになりました。現地ショッピングモールや百貨店などの本来売り場でないスペースに売り場を設けて、15日間の期間限定で、催事場所を移しながら20種類の大福を販売しています。ニョエ大福は、メイドインジャパンであり、客の足を止めることができる映える商品であることに加えて、あえて対面販売を実施している点などを高く評価してもらっています。

*本部の有する商標や販売、経営ノウハウなどを加盟店に与えるかわりに、その使用料などを対価として加盟店が本部に支払うシステム



株式会社天平 営業部長 榎 幹夫さん



原木シイタケやニンジン、カブラなどの露地野菜がシンガポールへ輸出されるようになりました。バイヤーからは、「通年で採れる野菜を売り場に置くのではなく、今、旬である日本の野菜を売り場に置きたいので提供してほしい。」という要望を受け、現地で野菜本来の売り方をしてもらっています。取り引きをするなかで、日本の定番商品であっても、バイヤーが現地従業員や消費者に対してうまく説明できない部分もあることが分かり、改めて商品の使い方や料理の仕方を伝える大切さを学びました。現地消費者からは、品質だけでなくパッケージデザインのかわいらしさやオーガニック野菜を高く評価してもらっています。



みなくちファーム 水口 淳さん

海外販路検討事業者へのメッセージ



これから国内で少子高齢化が進むことに危機感を持っています。海外への販路開拓を経験してもらうことは、非常に有意義なことであると感じています。(阪田さん)



現地に足を運んで継続的な営業をかける、または企業理念や催事ビジネスを理解してもらうというオーナーを見つけることが大切です。現地に商品を置いてもらう、勝手に売れるだろうという考え方は、中小企業者は厳しいと感じます。(榎さん)



高島市でも海外から訪れるインバウンド客が多く、外国の方が何を求めているのか、商品の味以外の部分を見ている方が多い印象です。日本に滞在している外国人の反応が、海外へ輸出する際の参考になると思います。(水口さん)



海外事業は特別なことと皆さん思いがちですが、弊社では海外の方が毎月来られ、従業員にも外国人がいます。働くこともビジネスをすることも世界一緒になってきていると感じます。(永谷さん)



15年前に海外輸出を始めたときは、ハードルが高いように感じました。実際、物流やその国の規制など難しいところはありますが、やってみてダメであれば、またやり直せばよいです。少し気楽にチャレンジしてもよいと思います。(福井さん)



日本文化が世界中で注目され、興味を持っていらっしゃる外国の方が多くいらっしゃいます。インバウンド客も多いなかで、日本の良さを知ってもらうためには、自社商品に自信をもって発信していくと、その魅力が伝わると思います。(添田さん)

事業者自身で海外販路にチャレンジ



大吉商店株式会社 代表取締役社長 永谷 武久さん

近江牛をアジア圏中心に輸出しています。輸出部位は、サーロインやヒレなどのステーキアイテムがほとんどになります。最近では、それ以外の部位も使ってもらえるように、弊社のシェフと一緒に渡航して現地の有名なレストランシェフに調理の仕方も伝えています。お肉のサシの入り方や融点の低さなどによって炭を使った方がよいとあるとか、グリルの方が良いなどを有名シェフに提案することで、これまで使われなかった部位が使われるようになりました。

お酒を各国に輸出



株式会社福井弥平商店 代表取締役社長 福井 毅さん

輸出している国は、中国や香港などアジアが多く、最近ではヨーロッパからのお声掛けがあります。世界には「酒ソムリエ」という呼称をもった方がいて、その方々がシンガポールで開催した「酒チャレンジ」というコンテストに今回初めて参加し、金賞などをいただきました。参加した理由は、市の事業で商談をしたバイヤーとご縁をつくるうというときにお声掛けがあり、現地のコンテストで賞を獲得することで、弊社商品を取り扱ってもらう顧客のモチベーションになればと思い参加しました。



川島酒造株式会社 添田 妙子さん

アメリカやヨーロッパ、東南アジアなどに、主に純米酒を輸出していますが、最近では、香港や台湾などのアジアがメインとなっています。令和3年からはウイスキーの事業を始めましたので、現在は日本酒が中心となっていますが、日本酒と一緒にウイスキーを現在取り引きがある国や新規の国に対して営業して、販路拡大していきたいと考えています。そうすることで日本酒とウイスキーの相乗効果が期待できると思っています。

事業成果報告会を開催します



本事業の成果報告会を行います。本誌では紹介しきれなかった内容も話します。海外への販路開拓に興味がある方は、ぜひご参加ください。

▼日時
3月11日(月) 16時~17時(予定)

▼場所
観光物産プラザ

▼申し込み先
商工振興課 ☎(25)8514

事業者インタビューの詳細は、市のホームページからご覧いただけます。



新型コロナウイルスなど国際情勢の影響を受けながら取り組んだ4年間でしたが、個々のブランディングが海外輸出への足掛かりとなり、また販路拡大につながりました。海外への販路開拓は決して簡単なことではありませんが、前向きにチャレンジしてもらえよう、市内事業者の皆さんが自社で海外への販路が取り組めるように今後も支援していきます。