

SHOKOKAI

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

9

September 2023

【特集】

メイドイン
JAPANを
海外へ



地域を訪ねて
神の幸を賜う里。
佐賀県神埼市

わたしのふるさと
演歌歌手

北山たけしさん

[企業事例②]

日本製ソース・ドレッシングを中東へ あきらめない営業力で市場を開拓

株式会社グルメストーリー / 愛知県清須市

ハラル認証など、食に関する特有の規律があるイスラム圏のアラブ諸国。日本とは大きく生活文化が違う国で、いかに日本製ソース・ドレッシングを根付かせたのか。同社の軌跡を追った。

競合が少なく市場も 拡大する中東へ

「2009年の創業当初から、海

外での販売を考えいました」

外食・小売企業などを相手に業務用のドレッシングや各種タレ・ソースの製造販売・OEMを手がける株式会社グルメストーリー。

代表取締役、鈴木信輝さんは、そ

う海外進出の経緯を話し始めた。

同社は、名古屋の証券マンだった鈴木さんが、廃業する顧客の食品メーカーを承継して独立・創業した。事業の立て直しを図りながら、OEMだけに頼らずに自社製品の開発に力を入れることとに、人口減少で縮小する国内市场、大手や競合が多い食品業界で同社が成長を続けていく道として、海外展開に活路を見出することにした。

そこで着目したのが、まだま

り日本企業が進出しておらず、かつ今後の成長も見込まれ、親日国も多いイスラム圏のアラブ諸国。東京にあるアラブ諸国の大使館に通つて情報を集め、サウジアラビアの現地商談会ツアーやにも参加したが、そんななかで鈴木さんが白羽の矢を立てたのがアラブ首長国連邦（UAE）だった。

「まずはその首長国のひとつ、ドバイを訪ねて、日本食レストランなどに飛び込みで訪問し、自社のソースやドレッシングを営業しながら、現地のニーズのヒアリング調査を行ったんです」

そこで気づかされたのが、意外と興味をもってくれる店が多くつたこと。しかし、個々の店との直接取り引きでは販売本数が少なく、輸送コストや手間も考えると現実

グルメストーリーがアラブ諸国に販売するハラル対応のソース・ドレッシング商品





01

01／1本10万円のステーキソースとドレッシングは、国産の素材にこだわり、容器は有田焼、国産の杉箱に入れて日本産をアピール 02／ドバイでの展示会にて取引先の現地商社のバイヤーと鈴木さん。学生時代はバックパッカーとして数十カ国を旅し、海外進出にも抵抗はなかった 03／展示会の出展ブース。目玉の高級ソースの効果は大きく、注目を集めた



03



02

**ハラル認証に加えて
高級限定品を広告塔に**

最初に参展したのが2013年。

単純に既存の自社製品を売り込もうと考えていた鈴木さんに壁が立ち塞がる。飛び込み営業をしたときも、「ハラルは大丈夫なのか」という指摘もあつたのだが、この展示会であらためて、ハラルの問題をクリアしていなければ扱つてもらえないことを思い知らされたのだ。ハラルとは、イスラム教において、摂取が禁じられている豚肉やアルコールなどを使用せず、決められた方法によつてつくられた食品のこと。

これは仕切り直しするしかない。鈴木さんは、UAE大使館を通じて日本国内の認証機関を紹介してもらうとともに、約1年間を費やしてハラルに対応した、刺身や寿司に使う和食ソースやドレッシン

的ではないということだった。そこで、現地の商社を探すべく、商談会での販路開拓にシフト。ドバイで開かれる中東最大規模の食品関係の展示商談会「Gulfood（ガルフード）」への出展に勝負を懸けたのである。

そこで今度こそと臨んだ3回目（2016年）の出展は、鈴木さんも気合いが入っていた。注目を集めための広告塔として用意したのが、1本10万円の高級ソース・ドレッシングだった。

さらに、かつての飛び込み営業で感触のよかつた飲食店のリストを役立て、バイヤーに売り込み先生の候補を示して商談に臨んだ。

その結果、ドバイを拠点に中東エリアをカバーする現地商社から声がかかる。こうして取り引きにつながり、念願の海外展開に漕ぎ着けることになったのである。

「やはり、商品力を理解できるパートナーに出会えるかどうか。現地のパートナーが時流やニーズを見極めてくれれば、こちらに新しい提案もしてくれるようになります」

後に同社では、現地の肉食文化を背景に、現地商社からのニーズでハラル対応の和牛の生産にも挑戦。ハラル認証を受けた和牛の輸出も手がけるようになった。

以前の出展を覚えていた バイヤーから引き合いも

現在は現地商社を通じて、UAEはもちろん、サウジアラビア、クウェート、バーレーン、カタールの5カ国の飲食店や小売店に、ステーキや寿司に使うソースやサラダ用のドレッシングなどが卸売されている。

さらに和食ブームを背景に東アジアの商社などからも声がかかり、日本食レストランなどで使ううな

ぎのタレや親子丢のダシなどを、香港、韓国、台湾、マレーシアにも輸出するまでになっている。

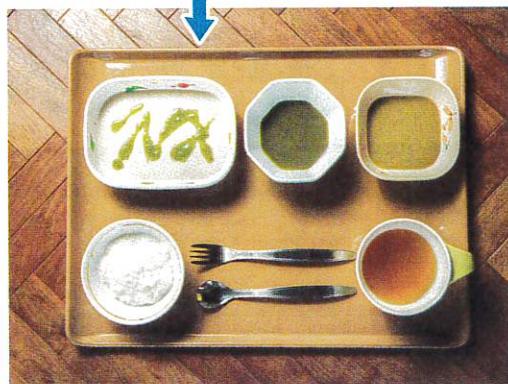
これまでの中東での取り組みを、鈴木さんはこう振り返る。

「ドバイの商社との取り引きが決まるまで、もう1日がんばってみたら、連絡が来るかもしれない。そう思つて挑戦を続けてきました。

「ドバイの商社との取り引きが決まるまで、もう1日がんばってみたら、連絡が来るかもしれない。そう思つて挑戦を続けてきました。

出が占める同社だが、コロナ禍を経た今、鈴木さんは新たに挑戦を始めた。この6月からJA愛知厚生連海南病院と提携し、ピューレ状のミキサー食を病院や高齢者・介護福祉施設などに提供するサービスをスタートしたのだ。

「コロナで輸出がストップするなど、海外ありきでは不安材料も多い。そこでマーケットが拡大している健康・介護の分野に注目しました。今後は、健康ヘルスケア食開拓が中心ですが、やがては海外にもミキサー食を広げていきたいですね」



「食べることは、生きること」をテーマに、病院との共同研究で栄養面を考慮したオリジナルメニューを開発し、献立を構成する料理一つを別々に加工し、食べやすいミキサー食として提供。介護現場が抱える人手不足などの課題にも対応し、「5年後には会社の売り上げを10倍にしたい」と鈴木さん。写真は献立の一例。固めれば固形のソフト食としても対応可能



ハラル認証は東京・豊島区にある認証機関、日本イスラーム文化センターで取得



名古屋駅からのアクセスもいい清須市に本社工場を構える

【会社概要】

株式会社グルメストーリー

- 事業内容：各種調味料、惣菜、医療介護食などの製造
- 従業員数：20人
- 住所：愛知県清須市阿原池之表80
- 電話：052-409-2061
- URL：<https://www.g-story.co.jp>

「中東はドレッシングでサラダを食べる文化がなかつたので、むしろチャンスだと思いました。しかし、現地の文化の違いやイスラム教の慣習に翻弄されたことは確かです。でも、それを理解して受け入れることが大切」と鈴木さん

