

## 福島鯉株式会社

京都府南丹市

## 事業者の概要

創業は大正11年、平成26年には海外輸出を視野に入れてアメリカに現地法人「コズ・インターナショナル、Inc.」を設立、平成26年に京都南丹工場を新設し、翌27年には削り節製造工場として国内初のハラール認証を取得しました。

業務用削り節では国内トップクラスの生産量を誇り、北は北海道から南は沖縄まで全国展開しており、

海外へはアメリカ・シンガポール等を始めとして21か国に輸出しています。

原料は、北海道・鹿児島・焼津・高知など全国各地か



ら、各種節類・煮干し・昆布などを仕入れ、鯉節・宗田節・さば節などの節類、それらの削り節や出汁パック、いわし・さば・あごなどの各種煮干しとそれらの粉末、昆布加工商品、椎茸・海苔・干しえび・干し貝柱などのオリジナル及びPB乾物類等を販売しています。出汁パックにいたっては、顧客ごとに求めるブレンド（魚種・削り節の厚みの違いや配合）に比べ、およそ3000種類の商品を取り扱っています。これらの原料の半分を倉庫に確保した上で、一日当たり約14トンの節を削って商品を生産しています。

売上は令和元年5月期現在、77億円で99%が業務用であり、従業員は170名です。

## プロジェクトの概要

今後、大手飲食チェーン等の海外進出の拡大に伴う出汁商品の需要増大が見込まれること、輸入国側の検疫規制の強化から衛生的で原料の混合割合が安定した高品質な商品の製造体制が求められること、原料価格の高騰等に対応した生産効率の向上を図る必要があること、残業が多い製造ラインでの労働

環境改善・

正規雇用の拡大に  
取り組む  
必要性が  
あります。

そこで、本  
プロジェクト

では、ガス置換包装機を含むコンピュータースケール縦ピロー包装機一式を導入して製造能力を向上させる計画です。これにより生産量を増加し、海外への輸出をより一層拡大、国内需要に翻弄されない安定した生産に取り組めるようにするものです。



## 細辻取締役にお話しを伺いました

Q 今までの海外輸出の実績について教えてください？

平成22年から、本格的に北米のほかアジア各地へのマーケット開拓を進め、現在約21か国へ輸出しています。平成22年の輸出額は約500万円（約5万件）でしたが、アメリカのラーメンブームなどで、年々取引も

増加して、令和元年5月期には約3億7700万円(約12万件)となりました。これは会社の売上の5%に迫っており、今後も更なる増加を見込んでいます。

主な商品は業務用出汁パックで、当初は、国ごとに担当者を決めて日本人オーナーの現地飲食店へ飛び込み営業を行いました。海外でも日本と同じように出汁パックを使用



することができるよう、現地の求める商品(原料の配合割合等)を提

供して販売拡大してきました。特に、インドネシアなどのイスラム圏には大きな期待を寄せ、平成26年に新設した京都南丹工場は、オールハラルの認証を取得しています。

### Qプロジェクト応募のきっかけは?

年々、削り節の国内の需要は右肩下がりであり、これは国内の節加工業者における

共通の課題です。一方、海外では日本食ブームにより、日本食レストランが増加の一途を辿っており、業務用出汁パック等の需要も拡大しています。国内の取引先の飲食チェーン店等においても海外出店が加速し、現地でも簡単に日本と同じ味を再現したいという要望が大きく増え、生産量向上を図る必要がありました。

### Qプロジェクトの成果は?

機器を導入して製造ラインを2ラインにすることで、出汁パック商品の製造量を導入前の2.6倍にすることができました。今年度、機器を導入できていなかったら、注文をさばききれずに製造ラインは大変なことになっていたかと思えます。

販路開拓営業の面では、年1回開催されるようになった米国でのラーメンエキスポ(2019年10月6日・シカゴ)に出展しました。現在、米国・カナダ・フィリピン・韓国・ベトナム・インドネシア・マレーシア・オーストラリア・カンボジアなどで各地で商談を進めています。

### Q今後の取組と課題は?

今まで築いてきた日本食レストランの取引先は、北米・シンガポール・台湾・韓国等のエリアの中でも、日本人オーナーがほとんどです。そこで、同エリアについては、現地の人がオーナーの店舗(全体の9割以上)に焦点を当て、拡販させていくべく市場の掘り起こしを行います。

また、ベトナム・マレーシア・インドネシアなどのアジア圏、オーストラリア・ニュージーランド等のオセアニア圏についても、現地オーナー和食店への出汁の取り方の講習会や拠点地域での展示会・プロモーション活動によって、出汁の美味しさ、手軽に出汁がとれることを理解してもらいながら、ニーズの掘り起こしを行います。



さらに、既に発効したTPP11協定や日EU・EPAにより、食品分野でのFTA利用が増加しており、加盟国との取引において減税による恩恵を共有できるように商品登録を進めたいと考えています。しかし、対EUでは鰹節の輸出ができません。鰹節の製造工程で燻す際に、発がん性物質でもあるベンゾピレンが発生することからです。国内では許容されているものの、より厳格な管理を求められているからです。伝統食材枠として認定してもらうことが出来ればと考えています。

今後の最大の課題は、国内の節加工業者が原料不足と価格高騰で利益が圧迫されていることです。節加工用原料は漁獲も減少しており、原料の取り合いになっています。さらには節加工用原料だけでなく、輸出向けや養殖マグロ餌料向けなどの需要が拡大し価格が上昇しているのです。

(取材日：令和2年1月28日)