

NEWSLETTER

株式会社ビーエイトシーの海外輸出事業の担当社員に、販売まで2年かかったという販路開拓等の道のりや今後の目標について聞きました。

日本の魅力を世界に伝える冷凍弁当が 福祉事業所の雇用拡大と 社員の誇りのひとつへと繋がる

堤(つつみ)

株式会社ビーエイトシー／経営戦略室

大学卒業後、海外留学を経て、電子部品の輸出事業で起業。日本・中国・台湾にて、電子部品の製造会社・貿易商社の役員として、生産計画から営業、輸出入に携わる。会社を売却した後、2023年に株式会社ビーエイトシーに入社。現在は経営戦略室として活動しながら、今回の冷凍弁当輸出プロジェクトを主導。

一堤さんが2023年に入社されてから海外輸出プロジェクトがスタートし、2024年11月に輸出が実現しました。一番苦労したことは何でしょうか。

堤: 商品開発です。健康志向の強い海外と那珂川キッチンの安全安心な商品*自体は相性がいいと考えていましたが、もともと製造していたような惣菜単体では市場に入りこむ余地はなく、新たに商品を開発する必要がありました。ただコロナをきっかけに海外でも食生活に変化があり、何が求められているのか定めるのが難しかったですね。那珂川キッチンの商品力自体には自信があったため、既存商品のよさを生かしながら日本食としてよりアピール力のあるものとして、海外では珍しい“おかずオンザライス”の弁当にたどり着きました。その「冷凍弁当」が大手食品輸出企業のバイヤーさんの目にとまり、プロジェクトが進展していきました。



*那珂川キッチンでは国産無添加の商品を製造している。

一冷凍弁当の海外輸出は日本で初めてのこと。

堤: そのようです。東京、大阪、名古屋、門司、等いろいろな税関に確認しましたが、冷凍弁当は過去に輸出実績がありませんでした。また、今回間接輸出していただ

いた大手食品輸出企業でも、冷凍弁当の輸出は初めてのことです。

一初めての輸出先にアメリカとカナダを選んだのはなぜですか？

堤: 特にアメリカは輸出に関わる食品医薬局や検閲が非常に厳しいため、最初にクリアしてはまずみをつけたいという思いがありました。審査や手続き等は大変でしたが、商品をアメリカに輸出したことがあるという実績は、今後の販路開拓に大きくプラスになると思います。実際に、次の商品をヨーロッパ等に輸出する話が現在進んでいます。



一今後、メニューや製造量は拡大していく予定でしょうか。

堤: メニューに関しては、ニーズを探りつつ広げていきたいと思っています。ヨーロッパ向けには冷凍のおにぎりを開発して、サンプルは各国で合格済みです。製造量に関しては、冷凍弁当はまず5万食の輸出を目指しています。輸出量が増えれば那珂川キッチンでの障がい者雇用の拡大につながるので、規模が増やせるように活動はしていきます。その反面、海外輸出において商品の変更や調整に小回りがきく部分が評価されてもいるので、無理のかかりすぎない規模を模索していきます。

一最後に、海外輸出に関するこれからの目標や展望を教えてください。

堤: 最初の輸出に向けた製造は想定以上に時間がかかり、グループ内の福祉事業所と連携して、本当にグループ全体で作り上げました。販売量が増えたらただ那珂川キッチンの売上が上がるということではなく、福祉事業所の業務拡大・雇用拡大に繋がるということを肌で感じています。その雇用拡大に加えて、「那珂川キッチンの商品を通して、日本食のよさを海外のお客様にまで届けている」ということが、ひいては社員たちの会社に対する誇りのひとつにつながることを目指していきます。