

ニッチビジネスを探して出会った「ハラル」 MADE in JAPAN品質を世界の食卓へ

有限会社 筑前屋
http://www.gyusuji.net/

▶進出国
フィリピン
マレーシア
シンガポール

PROFILE 企業情報
●所在地: 福岡県直方市
●業種: 食肉加工・小売・卸売
●資本金: 350万円
●創業: 1959年7月 ●従業員数: 13人



「ハラルミート」との出会い

近年、注目される「ハラルミート」は、イスラム教の方が食べることのできる食肉である。また、食肉業界に生きる桃田昌則社長の目を世界に向けさせた食文化でもある。

「筑前屋の経営の柱は牛すじですが、1頭からわずしか取れないニッチなビジネス。ビジネスの幅を広げようと、色々なことに挑戦していく中で出会ったのがハラルミートでした」と桃田社長。ハラルミートに可能性を感じ、知り合いのマレーシア人に、日本に住むムスリムの方々への提供方法について相談したところ、「日本国内での提供だけでなく、マレーシアへの輸出もぜひ検討してほしい」という答えが返ってきた。

早速、マレーシアへの輸出を検討したが、「日本からマレーシアへの食肉の輸出はまだ解禁されておらず、牛肉を食べる文化も広く浸透していなかったことから、まずは食文化を伝える活動からスタートすることになりました。牛肉を食べる文化が広がれば、和牛に対する受け入れ体制も



海外の要人との出会い

整うはず」と、国家的スケールの発想で取組む。

こうした取組みが現地で評価され、マレーシアのハラル産業開発公社や

マレーシア連邦政府首相府イスラム開発局との間にパイプを構築するに至っている。

肉の加工業者に伝える和牛の食べ方

当社の海外展開は、食肉の輸出だけでは留まらない。例えば、シンガポールでは、スーパーマーケットなどで肉の加工をする人に向けて、肉の切り方から指導する活動も行っている。また、現地で開催された富裕層向けの「食の祭典」では、料理をしながらレシピを伝えた。「現地で牛肉といえばステーキ。それでは売れる肉が決まってしまう。牛肉の需要を増やすには、日常的な肉の食べ方を伝えなければ」と桃田社長。このような技術指導はフィリピンやマレーシアなどでも行っている。

海外販路拡大のための新たな取組み

2016年の暮れには、フィリピンの現地倉庫と輸送手段の手配が完了した。「フィリピンでは、動物検疫は1ヵ月かかる。それでは、注文を受けてから発送したのでは最低1ヵ月待たせることになる。ならば現地に前もってストックすればいい」という考えだ。

アジア、中東諸国とのパイプが仕上がりつつある現在、「次は牛肉の本場、米国で生産を学びたい」という。昨年1年間で、飛行機に乗ったのは80回。今後、ますますその回数は増えそうだ。



おでんの串として認識されていた牛すじを、カレー用の肉やコロッケの具材として提案してきた筑前屋。商品化の際は、「テーブルミートの世界では一番にならないが、牛すじなら一番になれると考えて必死でプレゼンした」と桃田昌則社長

海外展開のヒントをうかがいました

Q 海外ビジネスの道筋の調べ方は？

まずは自分がどんなビジネスをしたいのか、プランを具体的にいろいろな人に話し、イメージを膨らませる事です。たとえば海外の展示会に出展しても、「事業をどのように拡大したいのか」というイメージを持ち、発信しなければビジネスチャンスは舞い込んできません。

Q 海外展開するために利用した機関は？

公的機関の協力を得ることもひとつの方法です。資金面では、民間金融機関だけでなく、日本公庫の融資も利用しました。また、マレーシアへ出張した際は、日本大使館に訪問先同行の協力をお願いしたり、UAEとバハレーンへ出張した際は、現地の日本大使館に英語ができる日本企業の方を紹介してもらったりもしました。

Q 今後のビジネス展開の展望は？

今後は、フィリピンへの進出を強化していく考えです。フィリピンは平均年齢が20代前半の若い国。しかも1日4〜5食食べる習慣があり、牛肉消費のポテンシャルも高いです。我が社では日本在住のフィリピン人を採用し、食肉について勉強中です。将来は、フィリピンで現地営業スタッフとして活躍してもらおう予定です。



フィリピンでの和牛説明会

Interview 我が社の「イズム」



海外展開を検討する企業の方へ

**短期的な儲けだけを
追究したら
世界の信用は得られない**

桃田 昌則氏
◆有限会社 筑前屋 代表取締役

我が社のメインビジネスは牛すじです。日本において、その原料である牛の頭数が今後減り続けるだろうと、危機感を感じたのは2000年頃。そのときは海外展開は考えていませんでしたが、ハラルとの出会いがあり、英語も話せずに世界に飛び出していきました。

海外ビジネスを成功させるためには、多くの先行投資が必要です。しかし根底にあったのは、日本の美味しい牛肉を、世界の食卓へ届けたいという気持ちでした。

もしも短期的な儲けだけを考えていたら、支援してくれる方々との出会いもなかったと思います。「想いは言葉の壁を超える」。これが私の実感です。



シンガポールで開催した勉強会