

# 有限会社 すずきふぁーむ

会社概要

- ・所在地 北海道上川郡弟子屈町
- ・業種 アイスクリーム製造販売
- ・資本金 650万円
- ・設立 1991年10月
- ・従業員数 6人
- ・URL <http://www.d1.dion.ne.jp/~kuriimu/>

同社のヒット商品  
「くりーむ童話」  
(アイスクリーム)



## 1 酪農からアイスクリームへ

北海道の東、摩周湖と屈斜路湖を有する弟子屈町。同社は山麓の大草原でのびのびと育った牛の新鮮な牛乳を使って、牛乳の臭みのない濃厚なアイスクリーム「くりーむ童話」をメインに製造・販売している。

鈴木繁社長（61歳）も以前は家族で酪農を営んでいたが、家族経営では労働力が限られ大規模酪農はできない。一念発起した鈴木社長は、1991年にアイスクリーム店に転業。地元の牛乳を使うことで、地元のPRに一役買いたいという想いもあった。

## 2 国内、そして海外へ

商圏が地元の小さな町だけでは、販売が頭打ちになるため、まずは、東京の百貨店が主催北海道物産展に出展。当時はインターネットによる販売形態がない時代。地元以外で売場が用意され、お客さまの反応がわかる物産展は、同社にとってうってつけのチャンネルだった。

その後も出展を続けながら信頼を獲得していった同社は、1996年、シンガポールの物産展に出展。海外で初めて「HOKKAIDO」を紹介する物産展でもあったことから、同社は北海道ブランドを広める先駆的な役割を果たすことができた。

現在同社は、関西から西の方面を中心に国内で年16、17回、海外でも年3回出展。商品は毎回完売するなど集客力のある同社への信頼は厚い。また、物産展で同社を知ったお客様からは、インターネットによる追加注文が来るなどの相乗効果を生んでいる。

## 3 ネットワークを軸に

一般的に家族経営型の経営は、人的資源が限られるため、海外展開にまで人手を割けないのが実情だ。さらに同社の場合、アイスクリームに安定剤を使用しないため賞味期限が短く、ロットも少ないことから、冷凍コンテナを確保しての輸出ができないでいた。

また、地方では、海外展開に関する情報が非常に乏しい。鈴木社長はシンガポール出展時、アイスクリームをそのまま海外に持ち込んでも大丈夫なのか？関税はかかるのか？と入り口の段階から対応に苦慮したことを今でも覚えている。当時、人口8,000人の小さな町では、行政も商工会も海外展開を支援し

たことがなく、海外展開している先輩企業もいなかったのだ。

鈴木社長はこれらのハンディを克服するため、物産展で知り合いになった商社や卸問屋の人たちの一つひとつ問い合わせをいった。そして、輸入禁止品目が含まれていると検疫で没収されてしまうこと、輸出品には関税が課せられるので、この分を加味した売値を決めなければならないことなど、疑問を少しずつ解消していった。

海外初出展から16年が経過した2012年10月、同社は日本公庫の融資を受け、好感触を得ている台湾で同社商品の定着化を図っていく。現地での物産展や現地業者への販売を強化していくことで、同社に占める売上のシェアを現在の4%から8%までアップさせる計画だ。

## 4 海外展開を続けていくために

鈴木社長は、20年近い経験を振り返り「周りの助けがあったからこそ続けることができた。小さな会社にはできることは限られるかもしれないが、これからは、蓄積してきた経験やノウハウを、海外展開を考えている社長さん達に伝えていきたい。昔はなかった事業者間のネットワークに加わってもらい、たとえば、1社単独でのコンテナ輸出が難しければ、これを共同で行っていくといった取組を促進していきたい」と小さな企業同士の連携を期待する。

「社長1人で国内と海外を両立させるのは大変。そのため社内・社外を問わず、良きパートナーを見つけることが大切。その際、いかにネットワークが築けているかが鍵になる」とも説く。同社の場合、息子さんが製造を担当し、鈴木社長は営業に専念している。「息子はまだこの事業に携わって日が浅い。将来的には、息子と切磋琢磨してくれるパートナーが必要になるかもしれない」。その時は、鈴木社長が築いてきたネットワークが、社長から息子さんへつなぐ「タスキ」となってくれるだろう。



物産展の様子