

株式会社 シーライフ

会社概要

- ・所在地 島根県浜田市
- ・業種 水産物加工
- ・資本金 3百万円
- ・設立 2005年7月
- ・従業員数 14人



科学的データで証明された美味しさを誇る「どんちっち」アジ



地元の高校と共同開発した「のどぐろふりかけ」

1 “クール・ジャパン”の流れの中で

同社の主力商品である「どんちっち」アジは、浜田市・地元漁協などと協力して立ち上げたブランド魚である。近赤外線測定装置を使い、通常7%位しかない脂肪分が、「どんちっち」アジは10%～15%もあることを証明し、ブランド力をアップさせている。

同社は、創業以来、地魚を中心とした干物などの加工品を販売してきたが、日本国内での「魚離れ」に直面する中で、多くの新商品を生み出すことで乗り切ってきた。もちろん、資金・人材の制約もあり、すべてを自前でできたわけではない。そこで発揮されたのが、河上清志社長（46歳）が有する業界のネットワークである。「どんちっち」アジもその一例だ。

“クール・ジャパン”の盛り上がりとともに日本の「食」が世界で注目を集めている中、「どんちっち」アジに対する海外からの引き合いも強まっている。

2 海外のビジネス環境に苦戦

サラリーマン時代から香港、台湾、中国で仕事に携わってきた河上社長にとって、日本と同じく魚を食文化としてきたアジアに目が向いたのは自然な流れであった。

創業後ほどなく、中国をはじめとする海外での売上は同社の半分を占めるに至った。一方で、売上が増えれば増えるほど長期在庫を抱え、資金繰りに窮するという事態に陥ることになった。商慣習も法令も違う中での事業は試行錯誤が続き、結果として海外向け売上は、全体の2割程度まで減少してしまった。

しかし、同社の商品が海外で受け入れられる土壌があることは確認できた。国内市場が縮小していく中で、海外需要の開拓は避けて通れない。あとはそのやり方を工夫するしかない。

3 経験を踏まえ次のステップへ

消費者の目が肥え、市場も飽和している日本にとどまらず、アジアに活路を見い出していくことは、河上社長の望むところだった。実際、台湾や中国での販売は値段も利益率も高い。もう一度、海外向け売上がアップさせるために、足元を固めることに注力した。

「日本公庫から台湾や中国での商談やサンプル商品作成にかかる資金の融資を受けることができ、段階を踏んだ対応ができるようになった。今後はリスクを軽減できる見通しです」と河上社長は言う。

サンプル調査でわかった現地のお客さまのニーズの中から、利益率の高い商品を選定。創業時の教訓から、取引量ではなく、回収サイトを短くするといった取引条件に重点を置きながら現地取引先の開拓を行っている。次のステップへ向かう同社は、シンガポールやマレーシアといった進出国を増やし、事業を拡大していく予定だ。

4 常にチャレンジ、まずやってみる

現場にはアイデアが詰まっている。お得意先やパートさんが発したちょっとした一言をひも解くことで、新商品のネタが生まれる…。同社が掲げる現場主義は徹底している。地元の水産高校とタイアップして開発した「のどぐろふりかけ」がヒット商品になったのも、「のどぐろの煮つけはとても美味しい。その風味を毎日気軽に味わうにはどうしたらいいだろうか？」という学生の疑問からスタートしている。

河上社長は言う。「新しいことを始めることが好き。社員と一緒に考えながら前に進み、壁にぶつかれば、協力し合って乗り越えていく。毎日がその繰り返しです」。“常にチャレンジ、まずやってみる”の精神で新商品の開発を楽しむ同社は、次の“ヒットの芽”を探っている。

現在、同社のフィールドは水産加工業にとらわれず、卸売業や小売業へ、そして日本から世界へ広がりを見せる。失敗を糧にし、その倍返しを狙う河上社長の前に、たくさんのチャンスと可能性が広がっている。



笑顔とやる気に満ちた活気ある職場