

欧州市場に販路拡大

高品質商品を提供

柴沼醤油醸造

1688(元禄元)年創業の老舗、柴沼醤油醸造(土浦市虫掛町、柴沼和代社長)は、新たに欧州向け輸出に乗り出す。今月中旬からスウェーデンを皮切りに、英国やドイツ、フランスなどへ販路を広げていく。しょうゆになじみの浅い海外の消費者を対象とした新たな商品も開発し、輸出強化へ大きくかじを切っていく。



輸出強化へ向け、海外消費者に合わせた商品も開発した

同社は10月下旬、約6千社が参加したパリの食品展示会に参加。木おけて丹念に造り上げた高品質のしょうゆをアピールして反応を調査した。製造管理本部の柴沼秀篤部長は「現地のワインやウイスキー製法と通じるところもあって、非常に好評だった」と手応えを話す。

海外では健康志向を背景に、日本食が根強い人気。柴沼部長は「各国で日本食がある程度定着し、消費者は品質を求める段階に入っている」と指摘。現在、欧州では大量生産の国内大手メーカー商品と安価な中国製品が市場の大半を占めており、高品質商品を提供することで、さらなるニーズの掘り起こしを図る。

さらに輸出強化策として、注ぎ口を霧吹き型にした欧州向け商品を新たに開発。「料理を新たに開発。料理へ霧状に吹き付け、しょうゆの付け過ぎをなくす」(同社)ことで、海外消費者に合った使い方を提供する。

輸出を進める背景には長引く不景気や少子化のほか、若者のしょうゆ離れなど国内市場の縮小傾向がある。同社では2010年に豪

経営トップの発言集



■変化を吸収

「市場やお客さんの暮らしの変化を吸収し、保険金支払いの多様化を進めたい」と話すのは、NKSJひまわり生命保険の松崎敏夫社長(61)。「せっかく保険に入っても使えなければ意味がない」と、時代環境の変化に合わせた保険商品の開発に意欲を示す。

大手損害保険グループの傘下生保の合併で

州向け輸出を始め、これまで米国、ニュージーランド、香港、ロシアの計5カ国へ輸出。今後もさらに販路を切り開いていく。

来春には海外展開のための専属スタッフ2人を新規採用。輸出にやる現在の年間売り上げ約1千万円を、2、3年後には10倍となる1億円まで引き上げていく計画だ。

(前島智仁)

アテンザ全面改
低燃費技術を極
マツダは主力
「アテンザ」を全
良して発売した
真。エンジンから
の軽量化まで最新
燃費技術を全面採
デザインにこだわ
ツタらしい精悍な
イルに仕上げた。
燃費向上のため
車では世界で初め
素早い充放電がで