

市民タイムス

ふるさと企業 この一手

■14■

海外の商社と直接取引する「直接貿易」による冷凍ギョーザの輸出を伸ばしている。冷凍機能付き専用コンテナを使ったシンガポールとの直接貿易を平成28年にスタートさせ、タイ、香港へと拡大させている。神倉藤男社長は「日本の食品に対する質や安全性への信頼、評価は予想以上」と手応えを持つ。

昨春に本格取引が始まった香港向けは、日本国内で培った得意のOEM(相手先ブランドによる製造)を海外で初めて担う。和食を連想させるワ

多彩な冷凍ギョーザ製造

内、現地でも好まれる野菜のみを具材とした各種商品は、日本語表記のブランド名「日本の台所」

を冠し、スーパーや百貨店に並ぶ。客観的判断が難しい味を分析して数値化する最新導入装置「味覚センサー」に裏付けを得た、現地ニーズに即し

省力化も図りながら、今

信栄食品



台湾向け「日本の台所」シリーズなど輸出商品の一例と神倉社長

高品質な食追求 輸出拡大

〈しんえいしょくひん〉松本市並柳4-1-37。ギョーザ製造・販売。平成9年に松本市で創業し、翌年に設立された。信州で栄える会社を目指していこうという気概を社名に込める。従業員40人。



国内外市場開拓へ稼働を始めた梓川工場

た味付けも奏功している。松本市梓川の賃借物件を活用した第2工場の稼働を今春始めた。年商1億1200万円のまだ3〜4%にとどまる海外市場の開拓を進める。フランスで

業績拡大へ国内需要も捉える。共働きニースからスーパーの総菜用が都市部を中心に好調なほか、高齢者層の囲い込みを図るドラッグストア向け健康志向の冷凍ギョーザが引き合いを高めている。神倉社長は「食に関わる発想と可能性は無限と展望する。(横内里美)

注目!! この数字

25万個

1日に製造しているギョーザの個数。小粒から大粒までの各少量生産と、顧客ニーズに沿った具材、味付けのOEMに対応する。