

信栄食品 (松本市)

ビジネス 交差点

冷凍ギョーザ 東南アジア輸出

する計画。神倉藤男社長は「高価でも安全で質が高い製品を求める現地住民や邦人移住者に向けて販売したい」としている。

冷凍ギョーザ製造の信栄食品(松本市)は、自社製

品を輸出を東南アジアを中心に拡大させる。国内市場が高齢化や人口減少で縮小するのに備える狙い。安全な国産品としてPRし、海外市場の開拓を図る。

独自のブランドの商品を、今春にもシンガポールやタイの現地商社に向けて輸出

への販路を確立した上で、オーストラリアでの販売再開なども目指す。

食文化に合う商品展開 想定



信栄食品が東南アジアなどへの輸出を目指す冷凍ギョーザ。上の色付きの商品がベジタリアン向け

が、輸出用に新製品の開発も進める。肉の代わりに大豆を使い、油も植物油にしたベジタリアン(菜食主義者)向け商品や、イスラム教など異なる食文化に合わせた商品といった展開を想定している。

自社製品の輸出を模索するのと並行し、安価で質の良い原料の輸入ルートも探る構え。冷凍のニラやニンニクなどの中国産農産物が現地の物価上昇などを受けて価格が上昇傾向にあり、神倉社長は「中国に代わる産地も探していきたい」としている。

信栄食品の2013年9月期の売上高は約7億円。この1割程度を、5年後をめどに輸出で上積みする目標を掲げている。

エッセンス

信州発