

## スペイン フランス

9月10日の夕刻パリ到着、翌日のスペイン・ビーゴへの移動から12日間にわたる我々の顧客訪問ツアーがスタートしました。

ビーゴは大西洋に面し、ビーゴ湾に沿って広がる港湾都市で、スペイン最大の漁港があります。この地ではカニカマ、イミテーションベビーイルが大規模に生産されており、先ずはこの業界でスペインNo.1の地位を築いているメーカーを訪問しました。

スペインでは従来フローズンのカニカマが主流でしたが、昨今チルド製品に生産の中心がシフトしており、チルド製品では昨対27%の伸びとのこと。同社ではフローズン60%に対しチルドが40%の生産割合とのことですが、利益率は勿論チルドの方が良く、今後さらにチルド製品に力を入れていくとのことでした。

翌日フランスとの国境に近いサンセバスチャンという町に移動しました。サンセバスチャンはスペイン北東部の港湾都市で、漁業も盛んな地域です。また、その位置するバスク州は1936年のスペイン内戦によって分断され、バスク民族主義者が弾圧された歴史があり、民族間で未だに紛争が起こる地域でもあります。

ここではスペイン第2位のメーカーを訪問しました。同社では主に高品質、高価格なカニカマ、イミテーションベビーイルを生産されておりますが、両社の間で、ある程度市場の棲み分けがされているようです。EU危機によりスペイン経済も大打撃を受け、失業率も約25%、特に若年層においては50%近いとのこと、両社も苦しい時期であるかもしれませんが、切磋琢磨され苦境を脱していただければと思います。

その後、フランスへはスペインとの国境の町ビアリッツからフランス高速鉄道TGVでポワチエまでの移動となりました。

あるカニカマメーカーのお話しによれば、フランス人にとってはカニカマという概念のようなものは無く、カニカマ製品がSURIMI (スリミ)と名付けられているように、魚類の1種的にカニカマを食べる習慣になっているとのこと、日本風の新製品も紹介させていただきましたが、そのような製品の販売には新しい製品コンセプトを改めて創造する必要があるとのことでした。

しかし、コンセプトは別にして、フランス市場ではフローズンからチルドへの移行がほぼ終わっており、もう1社の訪問先もチルド製品への生産シフトが進んでいるとのこと、我々の提案し続けている日本風のおいしいカニカマが市場に広がる日も近いのではと期待しております。

## 大ヒット商品 「ウナギの稚魚風」

### 番外編 耳より情報!

スペインではメーカー2社が製造しているウナギの稚魚風商品が大ヒット中。スリ身から作るのだから日本から言えば「ウナギの稚魚カマ!」。スペインではウナギの稚魚をオリーブオイルで炒めて食べる習慣がありますが、今や超価格高騰で本物の稚魚はほとんど食べられなくなった背景から「稚魚風商品」は大ヒットです。日本で言えば「うなぎの蒲焼」といったところで、今のうなぎ価格高騰時代にはスリ身やお豆腐で「うなぎの蒲焼風かまぼこ」作ってみませんか! お手伝いますヨ!! (広報担当者からの勝手なご提案でした)



↑本物のウナギの稚魚料理  
←「ウナギの稚魚風商品」



スペインユーザー工場にて



スペインユーザーにて代理店を交えての合同ミーティング



フランスビアリッツ駅にて (小山専務と)



左はパリ事務所の島村所長



フランスのカフェにて



フランスユーザーと



↑本物のウナギの稚魚料理

←「ウナギの稚魚風商品」



## カニカマ市場の“風を感じて” 「ヨーロッパ4カ国12日間の旅」

ヨーロッパカニカマ市場の現状を調査するため、柳屋社長を始め、小山専務、国際部谷村部長の3人が、4ヶ国、8社を訪問致しました。この度の最大の目的は各メーカーの風を肌で感じることであり、ハードスケジュールの中、各国の主要カニカマメーカーとのディスカッションが行われ、トップセールスによるプレゼンが行われました。

円高や欧州危機による経済状況は変わりありませんが、ヤナギヤの練り・カニカマ技術、メンテナンス力に加え、スピード力、行動力をPRして参りました。

今回のワールドニュースは各国のレポートを同行した国際部長の谷村がお伝えいたします。



## 世界最大のカニカマ工場へ



## リトアニア

一旦パリへ移動し、その後コペンハーゲン空港経由で空路リトアニアのパランガ空港へ移動しました。我々の宿泊したホテルはクライペダという町にあり、ロシア・東欧への輸出の際はいつもここが仕向け地となります。ここから車で1時間ほど走ったブルンゲという町に世界最大のカニカマ製造メーカーがあります。訪問当日は日の丸を掲揚しての歓待を受けました。

同社では年間約8万トンのカニカマ類を生産し、EU不況にもかかわらず売り上げを年々伸ばしているメーカーですが、常に新製品発掘、開発に大変意欲的で、その商品のバラエティーの多さには驚かされます。

当社からも色々新製品を紹介、提案させていただきましたが、我々の技術力、新製品開発力、アフターメンテの対応等々、高く評価していただいております、今後更なる密な協力関係を築こうではないかと両社の社長同士、意気投合のうちにミーティングを終わらせることができました。

ホテルから見たクライペダの港



リトアニアユーザー社長のご案内で工場見学



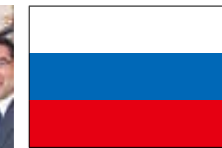
トップ同士で意気投合!

コペンハーゲンのスタバで一服! さあ次ぎはロシアだー!



サンクトペテルブルグにて

ロシアユーザー社長と (左はモスクワの協力会社JTS岩本氏)



## ロシア

ロシア入国の際は一昔前の入国手続きの煩雑さ、又、長い時間待たされるなどがトラウマになっているせいか、若干緊張感を持っての入国となりましたが、我々が訪問したサンクトペテルブルグは観光の町、またロシアの空港施設の近代化もあるせいか、とてもスムーズに入国することができました。

ここにはエルミタージュ美術館など大ロシア帝国の面影をうかがわせる観光スポットも多く、一度は訪問する価値のある町だと思います。しかし、サンクトは観光客を狙ったスリなどの犯罪も多いらしく、我々も観光シーズン終盤の訪問ではありますが、町を歩く時は周囲を見回しながら歩くような状況でした。

サンクトでは3社のカニカマメーカーを訪問しましたが、どこも上手にメンテナンスされ機械が使われており、驚くべきことに弊社がちょうど30年前に納入した旧スティールベルト式焙焼機ラインが今もなお毎日稼働しておりました。

ロシアの町では日本車の中古を度々見かけますが、故障しても適当なパーツを現地で見つけて修理するようで、カニ蒲鉾製造ラインも同様、適当なパーツを見つけてメンテナンスされているようです。このあたりは物の無かったソビエト連邦時代の知恵が引き継がれているのではと思います。

ロシアの男性の平均寿命は約60歳と聞きます。これは長い間ウオッカを多飲されたり、ロシア料理自体塩辛いものが多いせいではと思いますが、健康的な食品としてのカニカマの認知度は益々上がっており、今後の市場の広がりが楽しみです。



ロシアメーカー社長と

ロシア人は「SUSHI」が大好き!  
「寿し盛り合わせ」これで1800ルーブル、  
日本円で約5000円なり!!

ロシアで流行している  
日本食レストラン「TOKIO (\*ロシア語ではTOKUO)」



ロシア風角ピザも!



何か足りない?



サンクトのネバ河にて

## 出張を終えての感想 国際部 部長 谷村俊文

今回初めて弊社社長へEU/ロシア方面への出張に同行していただきましたが、その客先へ与えるインパクトの強さを感じましたし、機会があれば再度同行をお願いしたいところです。何より社長のトークの迫力、説得力に私も得るものが多く、今回の教をこれからの営業活動に活かしていかなければと思います。