

第20回



SHINSHU
JAPANESE STYLE

SHINSHU NT CO.,LTD.



宮入会長(左)と中村社長(右)

●業務内容

ソーセージ、ハム、ベーコンなどの畜肉加工品の製造・販売

●会社形態

信州ハム33%、ニチレイフレッシュ33%、
豊田通商グループ34%

●工場

Trung Hoa Commune, Trang Bom District, Dong Nai
Tel: (+84-61)367-8782 Fax: (+84-61)367-8783
URL : <http://www.shinshu-nt.com>

●駐在事務所

220/150/35 Le Van Sy St., Ward 14, Dist 3, HCMC
Tel: (+84-8)3931-0144 Fax: (+84-8)3931-0145



SHINSHU NTは、日本式の高品質なハムやソーセージなど畜肉加工品の販売会社として、信州ハム、ニチレイフレッシュ、豊田通商グループの3社の合弁により2010年12月にドンナイ省に設立されました。既に市内の主なスーパーでもSHINSHUブランドのハム、ソーセージ、ベーコンが販売されており、コンビニエンスストアのサンドイッチなどにも利用されていますので、目にされた方も多いのではないのでしょうか？今回は『日本の味を食卓へ』というスローガンの下で、ベトナムの畜肉市場でのシェア拡大に燃えるSHINSHU NTの宮入会長と中村社長にお話を伺いました。

ーベトナムでの事業内容を教えていただけますか？

SHINSHU NTは、信州ハム、ニチレイフレッシュ、豊田通商グループの3社による畜肉加工品製造・販売会社として2010年12月にドンナイ省に設立されました。

主な製品はソーセージ、ハム、ベーコンといった畜肉加工食品で、現在、ベトナムでは大手スーパーなどを中心にロースハム、ボンレスハム、ベーコン、ソーセージ、SHINSHUソーセージの5種類の商品を販売しております。合弁パートナーの1社である信州ハムは日本で65年の歴史を持つ食肉加工メーカーですので、その日本の技術をベトナムに持ち込み、おいしくて安全な食肉加工製品をベトナムの食卓に提供することを目指しています。

ーベトナムでの合弁会社設立の経緯を教えてください。

ご存知のように、日本の市場は既に飽和状態にあり、今後の成長はあまり期待できなくなっています。そこで、海外で畜肉加工・販売事業を行うという計画は3年以上前からありました。進出先としては、やはり近年急激な成長を遂げているアジアの新興国が候補になったのですが、インドネシアやマレーシアなどの国では、宗教上の理由から豚肉の加工食品は進出が難しく、中国やタイなどは既に日系の大手の畜肉加工販売企業が進出している状態でした。

そのような検討の結果、有力な進出先としてベトナムが浮上してきました。

ベトナムは販売される肉の7割が豚肉で非常に豚肉の消費が盛んな国です。更に人口

は9000万人弱と豊富で、近い将来には1億人を超えると予想されていますし、国民の平均年齢も若く今後の成長が期待されます。

また、流通に関しても今までは市場の肉売場で常温で販売されているものを購入するというのが普通でしたが、ここ最近はスーパーマーケットが急速に増えており、食肉の販売方法も今後は大きく変化することが予想されます。

更に、既存のベトナムメーカーの畜肉加工品は、塩気が強すぎたり、いかにも人工的な味付けであったりして、あまりおいしいといえるものは存在していませんでした。

このような条件を総合的に検討した結果、ベトナムでの事業の成功の可能性を確認し、ベトナムへの進出を決めました。



宮入会長による技術指導風景



新鮮な豚肉を使用



厳格な衛生管理による包装工程

当初は、自社でベトナムに設立工場を設立して生産・販売を行うことも検討していたのですが、畜肉加工製品のベトナムでの事業を検討している段階で、関係者から偶々ドンナイ省で畜肉加工製品の製造と販売を行っているD&Fとを紹介していただくことが出来ました。

実際にD&F社の工場を訪問してみると、非常に広い敷地で、設備もヨーロッパ製の高性能の設備を揃えており、製造を委託することが十分に可能であることが分かりました。そこで、D&Fに日本の技術による畜肉加工製品のベトナムでの販売を計画していることを相談し、お互いの利益が一致したので、SHINSHU NTは輸出と国内販売を行う企業として設立し、製造加工はD&F社に委託することになりました。

これにより、自社で畜肉加工工場を設立する場合に比べ大幅にコストと時間をセーブすることが出来ることになりました。

— 設立はスムーズに行きましたか？

弊社は先ほども申し上げましたようにD&Fという現地企業に技術指導をしながら生産を委託する方針で会社の設立をすることとなりましたので、製造業ではなく卸売販売・輸出企業として法人ライセンスを申請したのですが、4ヶ月ほどでライセンスの取得が出来ました。外資系の販売会社で4ヶ月程度でライセンスが取ればかなり早いほうだとも伺いましたので、これも協力会社であるD&F社の尽力のおかげと感謝しています。ただ、会社のライセンスを取得した後で、社員が食品衛生の知識を持っているか講習を受けなければならなかったり、商品成分の成分がベトナムの食品衛生法上問題がないかといった検査を受ける必要があることが分かり、実際に販売が開始できたのは2011年の4月に入ってからでした。

— 日本の技術を使った製品を製造されているとのことですが、技術指導などはどのように行われたのでしょうか？

SHINSHU NTの商品は信州ハム社のノウハウを活用して製造、品質管理、新製品開発が行われておりまして、2010年3月には会社の設立前に技術担当者3名を日本の信州ハムに2週間の研修に行かせて、日本

の衛生基準などを実際に見て体験してもらいました。

また、2010年11月からは宮入が技術指導担当としてベトナムに参りまして、D&Fの工場内で技術指導に当たってきました。

— 技術指導でお困りになった点などありますか？

技術指導の前にまず取り掛かる必要があったのが衛生基準の問題でした。工場のレイアウトからワーカーの入室管理、異物混入防止対策など全てを見直す必要がありました。多くの問題点がありましたが、D&Fと協議の上、工場の整備を行ってもらいどうにか日本レベルの商品を製造できる環境を整えるまでが大変でした。勿論D&Fも工場の整備を行うには追加投資が必要になるため、当初は中々こちらの説明も聞き入れてもらえなかったのですが、日本に研修に行った3名が日本の衛生管理基準を実際に目の当たりにしていたことで、何とか話を纏めることが出来ました。日本での研修はそういった意味でも役に立ったと思います。衛生管理の問題がベトナムでの食肉加工品製造の最大のポイントだと考えていますので、今後も時間をかけて、管理職からワーカーにまで衛生観念を徹底的に指導して行きたいと考えています。

後は、折角技術を指導してノウハウを持ったスタッフが辞めてしまうのは困りますね。

生産に関わるスタッフはD&Fの社員ですので、こちらが直接待遇を改善することは出来ませんが、D&Fには、なるべく社員の能力や態度を評価基準に取り入れて、社員の待遇を正當に評価できる評価システムを取り入れてもらうべく申し入れを行ったりしています。特に折角技術を身につけてくれた技術者については、十分にコミュニケーションをとるようにしています。

— 日本の味を食卓へというスローガンですが、実際にこちらの商品の味は日本に近いものが出るのでしょうか？

ベトナムで製造している商品に関して、実を言えばベトナムで製造している商品は日本よりもおいしいと思っています。日本では、原

料は殆どが輸入ですが、D&Fでは工場内で豚の屠殺もおこなっていますので、新鮮な材料が手に入りますので当然味も良くなるわけです。

弊社の商品は日本で販売した場合、高級食肉加工製品の部類に入るほど高い完成度の商品だと自信を持っています。

— 今後の展望を教えてくださいませんか？

ベトナムのソーセージやベーコンといったチルド商品のマーケットは、日本の100分の1程度といわれていますが、逆に言えば今後大きく成長する可能性を秘めたマーケットともいえます。

今後2,3年のうちにはベトナムでのシェア10%以上を獲得し、ベトナムの食卓に弊社の商品を浸透させていきたいと考えています。現在、弊社の商品は、MAXIMARK、CITIMART、COOP MARTといったベトナム大手のスーパーマーケットを中心にハノイ、ホーチミンなど60以上の店舗で販売していますが、今後は販売店舗を更に増やし、今後は販売箇所を更に増やし、日本の技術を用いたおいしくて安全・安心な食肉加工製品をベトナムの皆さんに是非味わっていただきたいと考えています。

現在では子供向けの新商品の開発や、高級商品の販売なども企画していますし、ベトナムの方にあつた調理法などの提案もしていきたいです。

今後はスーパーなどでの試食プロモーションなども積極的にやりたいと考えていますので、もし、見かけた際には是非一度食べてみていただきたいです。

食べていただければ、必ず弊社の商品の良さは伝わると信じていますので、もっと多くの人に味わっていただきたいですね。

— ありがとうございます。

