

食品製造・卸売業

長谷川醸造
株式会社

http://www.umeume.co.jp/

鏡中条村（現・南アルプス市）で1906年に創業した長谷川醸造。食品添加物を使わず仕込む主商品は「甲州小梅」と「だしの素」である。山梨の特産である小梅の海外展開は、地元からも大きな期待が寄せられる。

▶CHALLENGE!
「甲州小梅」の
酸っぱい梅干しで
「健康」を輸出

▶進出先



タイ



■会社概要

- 所在地：山梨県南アルプス市
- 業種：梅干し製造業
- 資本金：1,000万円
- 創業：1906年 ●従業員数：28人

目標は健康食の小梅で凱旋帰国すること 食品添加物を使わない「本物の和食」を欧州へ



こだわりの無添加の小梅

Step-1
なぜ海外展開に至ったか？
海外展開の意識なく
甲州小梅を米国に輸出

社長に就任して今年で11年目を迎える長谷川正一郎社長。同社は先代から、アメリカへ小梅を送ってきた歴史がある。

「1年間で一斗缶を20～30缶くらい送っていましたが、それは問屋から話をいただいたもので、特に海外展開という意識はありませんでした。おそらく、現地では小分けパックで販売し、食べるのは現地の日本人だったのではな



「梅干しのヘルシーさをアピールしたい」と長谷川社長

いかと思います。

少子高齢化が顕著になるなか、小梅の個人消費も微減していることを感じた。

「人間は年を取れば食が細くなります。一方でたくさん食べるであろう子どもの数は減っています。食品の国内消費が減少するのは仕方のないこと。ならば和食がユネスコ無形文化遺産に認定されたことでもあり、本格的に海外に目を向けようと思ったのです」。

Step-2
海外展開への準備

タイの商談会でオファー
お弁当に一粒の小梅

同社は3年前から中小企業庁のJAPANブランド育成・地域産業資源活用支援補助金の採択を受けている。山梨県の小梅は全国で一番の販売シェアを占め、まさに地域資源である。

一昨年には地元の金融機関が中心になってタイのバンコクで開催した商談会に参加した。「感触はかなり良く、コ

海外の商談会や見本市
で小梅をPR

ンビニのお弁当に小梅を使いたいというオファーも受けました。帰国後も商談を続け、現在、タイの規制をクリアし、輸出できるよう、打合せを進めています」と長谷川社長。日本公庫から海外展開・事業再編資金（クールジャパン関連）の融資も得て、準備を進めている。

昔ながらの酸っぱい梅は、その味を知らない世界の人にも受け入れられるだろうかと考えたとき、小梅はちょうどよい大きさであるとも考えている。

「昔ながらの大きな梅干しは酸っぱすぎて、日本人もなかなか1回では食べきれないでしょう。海外の人にとってはなおさらです。そこでまずは小さな梅から。しかもお弁当や料理に添えてもらうのが正道でしょうね」。

Step-3
海外展開の次のターゲット

イタリア人を唸らせた
無添加の酸っぱい梅干し

昨年、イタリアのトリノで行われた、スローフード協会（本部イタリア）主催の見本市に出展した。

「驚いたのは、昔ながらの酸っぱい梅干しを食べた人たちが『モルト・ポーノ！』と言ってくれたことです。小梅に近い食品としては、オリーブがあるなと思ったのです。イタリアやスペイン



見本市（サローネ・デル・グスト2014）に出展



の人たちにも受入れられたのでしょう。今すぐ売ってくれという人もいて、これは可能性があると思いましたね」。

梅は昔から疲労回復に良いと言われて、近年では熱中症対策にも活用されている。欧米に広がる健康ブームも梅干しにとっては追い風である。ヨーロッパへの輸出の際に壁となるのは食品添加物の規制だが、同社のポリシーは、無添加の昔ながらの梅の味で勝負することだ。

「当社の小梅なら輸出しやすいと思いました。私が無添加の梅にこだわるのは、世界の人に『健康な和食』を食べて欲しいから。その理念がスローフードと合致したんです」。

Step-4
今後のビジョン

輸出経験の豊富な
日本の商社とマッチングしたい

海外展開において、同社が困難と感じるのは、国によって違う輸出手続き

を行い、現地のバイヤーと直接交渉することだ。「一番の希望は、輸出専門の日本の商社と取引することで全ての手続きを日本で完結すること」。

「食の安心、安全を求めてくれる相手とマッチングできたら一番良い。だからこそ、次は食文化が成熟するヨーロッパに輸出したいんです」と長谷川社長。

ユネスコ無形文化遺産に登録された和食の基本は、一汁三菜。なかでも日本人には欠かせない「漬物・梅干し」の存在感を、今後、世界にいかにか示すかが勝負どころである。



小梅の天日干し

Interview
我が社の“イズム”



長谷川 正一郎氏
長谷川醸造株式会社
代表取締役

農家から日本で一番高く梅を買う会社
昔ながらの酸っぱい梅干しで世界の人を健康に

甲州小梅は大切な地域資源です。だからこそ、日本で一番高く、農家から買うことを目標にしてきました。振り返ると、梅が大不作の年でも、我が社は通常の年の8割は梅を仕入れることができていました。高く梅を買うことは、逆に自分を助けることになっていました。海外展開にあたって、「いくらまで価格を下げるか？」と今後も聞かれることがあると思います。しかし私は胸を張って、「価格で判断するのではなく、ちゃんとしたものを食べて健康になれ」と言うでしょう。グローバル化とは、全世界が同じになることではなく、地域の文化を認め合い、大切にすることだと思います。