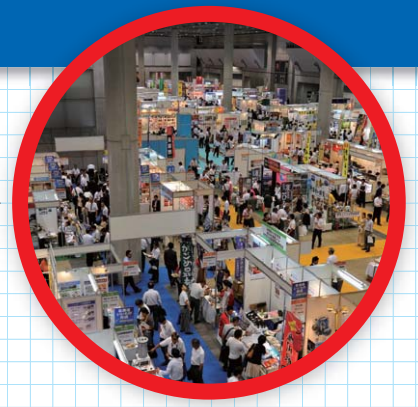


東京ビジネス・サミットで販路を拡大!

参加企業の成功事例に学ぼう — 6



同社がつくるOEMのチョコレート。リンゴや山ぶどうなどの果物のほか、ゴマやらっきょう、海苔、地ビールといった特産品もチョコにすることができる

Vol.1 ヒルゼンミルクィー

ご当地 食材のチョコで 全国制覇を

サミットの出会いで広がる取引先

地域の特産品をチョコレートに混ぜ込んだ「ご当地限定チョコ」。そんな個性豊かなチョコレートをOEM(※)で受注するのが、ヒルゼンミルクィー(岡山県真庭市)だ。東京ビジネス・サミット出展をきっかけに、同社の取引先は全国へと広がりつつある。

野菜味のチョコもつくれる

岡山県北に位置し、豊かな牧草地が広がる蒜山高原（ひるぜん）。この地の牧場でつくられるミルクやバター、生クリームを材料に、1985年の創業以来、チョコレートをつくり続けているのがヒルゼンミルクィーだ。

同社のチョコレートは、地元素材を生かした本格志向のチョコとして、蒜山を訪れる観光客に人気。

だが同社の実力は、それだけではない。「別な食材とのコラボレーションで、今までにない「ご当地限定チョコ」ができる」と同社の佐藤徹社長は言う。

実際、同社が生み出した新しい味のチョコレートは、商品化されたものだけでも30種類以上。イチゴやミカンのような果物は言うに及ばない。野菜や香草、あるいは塩や味噌などの調味料に至るまで、多様なバリエーションがある。

たとえば塩。「一口に塩と言っても隠岐の島の藻塩と伯方の塩では風味が違う。チョコと一緒にとっても味に差が出るので、塩チョコだけでは何種類もできる」と佐藤氏は語る。このような技術を使い、同社ではOEMでのチョコレート製造を受注している。地域の特産物を扱う企業と組み、同社はその黒子役に徹して、各企業に「ご当地限定チョコ」を製造してきた。

こうしたOEMは通常、数万個単位での受注が一般的だ。だが同社の場合、700枚からの小ロットでも受注可能だ。「ちよつと割高になるが手作業で100枚程度の注文にも応じる」(佐藤氏)という。

特産品を扱う中小企業にとって、小ロットにも柔軟に対応してくれる同社には、注文がしやすい。それもあり、同社はこれまで岡山県を中心に、西日本で少しずつ取引先を増やしてきた。

遠方の取引先と接点ができる

そんな折、取引先を通じて東京ビジネス・サミットへの出展の誘いがあつた。2010年のことだ。

試しに出展してみると「思いの外、反響が大きかった」(佐藤氏)。200件近い問い合わせがあり、何件かは長期契約での注文につながつたという。

サミットには全国各地から企業が集まる。出展企業の中には、地域の特産品を扱う会社が少なくない。それら特産品の多くは、果物や野菜、または海産物などの生鮮食品だ。そのため収穫してから、鮮度が保てるわずかの間しか販売できないのが難点だった。

だが特産品をチョコに加工できれば、鮮度の心配をほとんどしなくて済む。生鮮食品に比べ、チョコは扱

*OEM(オーイーエム): 他社ブランドの製品を製造すること



2010年の東京ビジネス・サミットに初出展したヒルゼンミルクの佐藤徹社長。「各県のご当地食材でチョコをつくりたい」と語る



上:一口サイズで、さまざまな味のチョコを詰めたい袋。バナナ味やメロン味、ヨーグルト味などが楽しめる
右:同社の板チョコは、蒜山高原で育った牛のミルクからつくる。地元の素材をつかった本格チョコだ
左:濃厚な乳を出すジャージー牛のミルクを使ってつくる生チョコレート。クリーミーな口だけで人気の商品だ

またサミットに出展したブリスがたまたま近かった魚市場からは、「ちりめんじゃこを使ってチョコはできないか?」との依頼が舞い込んだ。「海産物をチョコに加えるのは難しかったが、試作品を届けたら好評だった」(佐藤氏)。このチョコは「ちりめんチョコ」として人気の商品になっている。

ほかにも、これまで取引のなかった関東や東北の企業から、数多くの依頼が舞い込んでいくという。

たとえば、九州ひぜん信用金庫を通じた仕事も、サミットの出会いから生まれた。同信金の取引先には佐賀県の武雄市がある。同市の特産品はレモングラスというハープ。市はこれを使った商品開発に力を注いでいた。そんな中、ヒルゼンミルクの存在を知り、このレモングラスを使ったチョコの開発依頼につながったという。

「いやしく、販売期間も延びる。そのため従来とは違う販路でも販売が可能だ。その上、チョコとコラボした新商品として話題性もある。多くのメリットが注目され、サミットに出展した企業の間で、同社にOEMでの製造を依頼する声が広まっていった。イチゴ農園とのコラボでイチゴチョコをつくり、きな粉屋と組んできな粉チョコを開発、醤油メーカーのオーダーで醤油チョコもつくった。」

本来なら出会えなかった企業と接点がつくれるのがサミット。「可能な限りサミットにはまた出たい」と佐藤氏は意欲的だ。

今、佐藤氏は日本の白地図を広げ、チョコ製造を通して接点できた取引先のある各県に、丸印をつけている。「47都道府県の内、丸印の数はいかに半数を超えた」(佐藤氏)。全県のご当地食材でチョコをつくる。佐藤氏の夢は、そんなチョコによる全国制覇だという。夢の実現する日は、そう遠くなさそうだ。

夢はご当地食材で全国制覇

「蒜山にこもっていたら、これほど多くの遠方のお客さんと接点は持てなかった」と佐藤氏は語る。サミットに出展しなければ、たとえ関東や東北に営業に赴いても、「どの企業に声を掛けていいのかさえわからなかった」と佐藤氏は言う。出展したことで、こうした問題が難なくクリアできたのだ。

Company Profile

ヒルゼンミルク
岡山県真庭市蒜山上徳山1462-1
0867-66-4373
<http://www.milkyfactory.co.jp/>