2011年(平成23年)
12月5日・20日合併号
(第436号)
毎月5・20日発行
平成6年10月28日第三種郵便物認可

生協流通新聞

高級食材を破格値で販売

企業レポート

トマトコーポレーション

生協売り上げ1年で5倍に
「スイートチリソース」好調

長引く景気の低迷で消費者の低価格志向が一段と強まる中、〝低価格・高品質〟商品を輸入販売し、2ケタ成長を続けるトマトコーポレーション(大阪市)。同社を一躍有名にした「100円カニ缶」に代表されるように、どの商品も安いだけでなく、〝日本人仕様〟の味・品質にアレンジし、「こんなに安いの?」と消費者に感動を与えているのが、成功の秘訣。昨年からは主販路のディスカウントストア・100円ショップに加え、「設立当初からの目標だった」(岡本誠司社長)という生協への納入も開始。次は、大手生協への納入を目標に定め、営業を強化する。

世界10か国約50品目を輸入販売

「100円カニ缶」で上昇気流に

同社は、佛教大学卒業後、機械工具メーカーに約6年半勤務し、その後、飲食店、中国への語学留学、翻訳会社、貿易会社とキャリアを積んだ岡本社長が、台湾へ日本の食品を輸出しようと1998年1月に設立した。

「設立4~5年は会社として機能しなかった」(岡本社長)と苦戦する中、名古屋の菓子問屋から「100円の商品なら捌きやすい」とアドバイスを受け、マレーシアからビスケットを輸入。大きな利益に繋がらなかったものの売れ行きが良く、輸入販売の手ごたえを感じ取った。

そして次に、都内の100円ショップで「100円の缶詰が売れているが、カニ缶はない」と聞き、開発を決意。タイで工場を探し当て輸入販売(2003年)したところ、発売2か月で45万個を売り上げる爆発的ヒットを記録。低迷する会社を一気に上昇気流に乗せた。

提案を強化する新商品「黒砂糖」「オイスターソース」「バジルソース」

この快挙はテレビや雑誌、新聞に頻繁に取り上げられ、販路が拡張。商材を調味料、アンチョビ、オイルサーディンと徐々に広げ、毎年2ケタの成長にこぎつけた。

商品選びは消費者目線で

商品選びのコンセプトは〝消費者が主役〟。

「売りたいものを売るのではなく、日常業務の中で消費者が何を求めているかを掴み、世界中のネットワークを生かして驚くような安さで提供することを心掛けている」(同)。

ただし〝安かろう、悪かろう〟ではなく、〝高品質・低価格〟が基本。現地の商品をそのまま輸入するのではなく、現地の製造スタッフと綿密な打ち合わせをした上で、日本人に合う味・量・容器に変更し、オリジナル商品として輸入販売している。

取扱商品は、各種ソース類、タイカレー、カニ缶(原産国タイ)、マスタード、バジルソース(フランス)、オリーブオイル(スペイン)、レモン果汁(イタリア)、オイルサーディン(ペルー)、岩塩(ドイツ)、黒砂糖(フィリピン)、粉チーズ(アメリカ)など10か国約50品目。

売れ筋は、タイ産の「スイートチリソース」(320g)と「オイスターソース」(180g)、「黒砂糖」(200g)の3品。

「スイートチリソース」は、鶏の唐揚げ、春巻、中華サラダ、魚介類のフライなどに合う本格エスニックソース。甘めに仕上げているので子どもも食べやすい。累計販売数500万本を超える「カニ缶」と並ぶ大ヒット商品。

「オイスターソース」は、牡蠣の旨みを凝縮した贅沢なソース。野菜炒めや焼きそば、煮物など様々な料理に使える。

「黒砂糖」は、南国の太陽をたっぷり浴びて育ったサトウキビ100%。粉状なので煮物や菓子作りに便利。また、このほど新発売したかち割りタイプ(200g)はお茶うけや子どものおやつに最適。

生協を第3の柱に

販路は全国のディスカウントストアと100円ショップが大半を占める。

生協取り組みは、2010年2月にコープさっぽろへ「スイートチリソース」と「オイスターソース」を納入して始まり、その後、東北サンネット、青森県庁生協、大阪いずみ市民生協、とくしま生協、生協ひろしま、コープやまぐち、コープみやざき、コープおきなわへと拡大。

納入商品も「黒砂糖」、「岩塩」(1kg・ドイツ)、「粒入りマスタード」(90g・フランス)、「ホットスイートチリソース」(320g・タイ)、「パスタ&ピザソース」(270g・タイ)と着実に増えている。

10年10月に全体の約0・3%だった生協売り上げは、11年10月までの1年間で5倍の約1・5%に伸長した。

大型生協への導入目指す

今後は「オイスターソース」(220g・タイ)、「黒砂糖(かち割り)」、「パスタオイルソース」(200ml・タイ。ガーリック&チリ、醤油&ペッパー、バジルの3種類)、「パストデコ・ヒマラヤのピンク岩塩」(200g・ドイツ)、「パストデコ・バジルソース」(90g・フランス)など新商品の提案を強化。同時に、コープネット、ユーコープ、コープこうべへの納入を目指す。

「設立以来、安全・安心をコンセプトとする生協への納入を一つの目標にしてきた。次のステップとして、大手生協への納入を目指していきたい」(同)と意欲を見せている。

事業全般では、「月平均100万個の販売・年商10億円」を目標に、商品開発・販売に取り組んでいく。

会社概要 ▽本社・大阪市西区千代崎2―12―6▽設立・1998年▽資本金・1000万円▽代表取締役・岡本誠司氏▽売上高・6億8000万円▽従業員・11名▽電話・06―6585―1400