

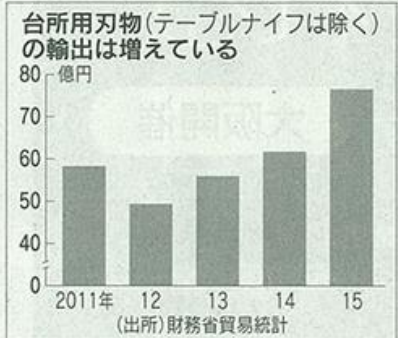
高級包丁で中国開拓

スケナリ 海外比率 来期3割に

包丁製造のスケナリ(富山市)は海外市場への展開を加速する。昨年、米国に自社ブランドで売り出したところ人気を集めたことを受け、新たに日本製包丁への関心が高まっている中国市場を開拓する。商社などを通じて輸出し、現地の料理人や収集家などに売り込んでいく。現在は売上高の2割程度の海外販売額を、2017年2月期をめぐりに3割に引き上げるとを目標とする。



海外で日本製包丁の需要は高まっている(富山市)



昨年、米国へプロの料理人や収集家向けとして、1丁500〜600円の製品を輸出した。日産立金製の「ZDP189」と呼ばれる鋼材を使用した。手作りで月50丁程度しか生産できないこと

い、さびにくく、切れ味も鋭く、現在は500丁が持続して刃こぼれしにくいとの評価を得て、初年度は約500丁を販売した。手作りで月50丁程度しか生産できないこと

超の受注残を抱えているという。海外では特に、刃の表面に波模様がある製品の人気が高い。新たな輸出先としてま

は中国市場を開拓する。性能の良い日本製包丁への需要も高いと判断した。日本を訪れる中国人観光客が日本製包丁を購入することが増えていることも追い風になるとみる。

今年夏にもサンプル出荷を始め、年内の本格販売を目指す。中国向けは研磨剤や鍛造工程を見直すなどして、米国向けより価格を2割程度安くする。価格を抑えるため、別の鋼材を使った製品の開発も進める。

中国系の商社や中国に事務所を持つ県内のコンサルティング会社を通じて、現地のプロ料理人や刃物収集家を中心に売り込んでいく。併せて知名度向上のため中国語のホームページを作成して自

社は中国市場を開拓する。性能の良い日本製包丁への需要も高いと判断した。日本を訪れる中国人観光客が日本製包丁を購入することが増えていることも追い風になるとみる。

今年夏にもサンプル出荷を始め、年内の本格販売を目指す。中国向けは研磨剤や鍛造工程を見直すなどして、米国向けより価格を2割程度安くする。価格を抑えるため、別の鋼材を使った製品の開発も進める。

中国系の商社や中国に事務所を持つ県内のコンサルティング会社を通じて、現地のプロ料理人や刃物収集家を中心に売り込んでいく。併せて知名度向上のため中国語のホームページを作成して自

社製品を紹介するほか、現地で開かれる食品関連などの展示会にも出展して、アピールしていく考えだ。中国以外のアジアへの展開も検討している。

同社は1933年に創業し、日本刀の製造技術を使った料理包丁「本焼」を生産している。プロの料理人向けのほか、OEM(相手先ブランドによる生産)生産も手がけている。

同社の2015年2月期の売上高は約1億円。うち海外売上高は2割程度だった。中国市場を開拓し、17年2月期をめぐりに海外売上高を3割に引き上げるとを目標とする。海外市場を新たな経営の柱に育て、事業拡大を目指す。