

# 株式会社 タケックス・ラボ

マレーシア、タイ、シンガポール

製造業 販路開拓

## 会社概要

平成26年2月現在

■所在地	大阪府吹田市江坂町1-13-48 インタープラネット江坂ビル3階	■売上高	250百万円
■代表者	岡田 久幸	■従業員数	14名
■業種	竹を原料とした抗菌剤・食品添加物の製造販売	■URL	http://www.takex-labo.com
■資本金	182百万円	■海外展開検討国	マレーシア、タイ、シンガポール

## タイを中心としたASEAN市場での 抗菌剤・食品添加物の新規販路開拓

～竹を原料とした抗菌剤・食品添加物～



### 1 事業概要

当社は、竹本来が持っている抗菌・消臭・抗酸化効果に着目し、独自技術によって孟宗竹表皮から抽出したモウソウチク抽出物による抗菌剤・食品添加物等を製造・販売しています。

当社の製品は、食品の賞味期限を延長させ、広範囲の細菌やウイルスに効果的に作用し、かつ持続的に抗菌効果を発現することができます。そのため、日本国内では、食品添加物として日持向上剤を加工食品業界へ販売・流通させ、また、抗菌

剤を食品衛生及び公衆衛生市場へ販売・流通させています。

また、食中毒原因菌やノロウイルスなど幅広い菌に対して、安全な天然植物である竹がその効果を発揮しており、併せてモウソウチク抽出物製剤の開発も日々おこなっているところです。

さらに、日本農芸化学会や大学等との共同研究により、製品の効果や作用は、実証済みで、特許等も多く取得しています。

当社製品はライフサイエンス分野とし

て抗菌剤「タケックスクリーンBiz」等、食品添加物「タケックス・キープ」等、またマテリアル製品として健康建材を製造・販売しています。

当社は、竹の研究を通して、地球環境保全と世界中の人々の健康に貢献する価値創造企業・研究開発型国際企業を目指しています。

### 2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社は、抗菌剤・食品添加物を国内の食品衛生市場に多く販売していますが、国内市場は成熟段階にあり、競合他社との競争も激化しています。国内ではユーザー側の購買力が低下してきている現状もあり、それにより製品流通価格の下落をもたらして、メーカー側としては厳しい状況となってきています。

そこで、新たな販路を開拓するためには、国内にとどまらず、食品衛生市場の成長著しい海外、特に中国や東南アジア地域での販路開拓を計画しています。

現在、中国方面への展開は先んじて図っており、一定の売上規模は確立しつつあります。今まで以上に企業を成長・発展させ、当社のミッションを実現させるためには、さらなる海外展開が必要となっています。そこで、急激な成長段階にあり、食品工場・飲食業・ホテル等のマーケットサイズが大きいタイを中心



として、東南アジア地域での早期の展開を図る計画で事業を進めています。

### F/S支援事業の流れ

#### 経営戦略

- 国内市場の成熟化・価格競争の激化に伴い、企業を成長・発展させていくために、海外展開を図る。
- 著しい成長が見込めるASEAN市場への展開を検討する。

#### 海外展開計画策定

- マーケティング面を中心に海外展開事業計画を立案。
- タイを中心としてASEAN地域での抗菌剤・食品添加物のニーズを調査。
- 許認可申請の手続き等を調査。

#### 資料・現地F/S及び成果

- 現地ローカル及び日系の食品製造・販売企業、食品商社、食品資材販売会社、公的機関等22社を訪問。
- 現地でのニーズを詳細に把握。
- 販売代理店や販売先等、継続交渉先を複数社発掘。

### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

- ①販売パートナー候補調査
- ②エンドユーザーでのマーケット・ニーズ調査
- ③現地販売における許認可等規制にかかる調査

#### 現地アポイント等

8日間の渡航中に、現地ローカルおよび日系食品製造・販売会社、食品商社、抗菌剤等食品資材販売会社、公的支援機関等を含め、22件のアポイントを得ることができました。

#### F/S実施内容と成果

- ①現地での販売パートナー候補企業を11社訪問し、ヒアリングを行いました。その結果、食品業界全体の動向や、抗菌や食品添加物に対する考え方、競合する抗菌剤や食品添加物の動向・価格・



- ②食品製造企業や食品販売企業等を中心にエンドユーザー6社を訪問し、ヒアリングを行いました。その中で、抗菌剤・食品添加物の使用状況、競合製品、価格、量など、現状

内容、食品添加物のニーズがある食材やその動向等、詳しく把握することができたことが大きな収穫でした。現時点では、総じて、鮮度保持のための食品添加物に関心が高く、ニーズも大きいことを確認できました。

抗菌剤についても、今後、人々の意識も変わるに伴い、ニーズが高まってくることも実感できました。また感染症対策としての使用場面もニーズが高いことを把握できました。

当社の製品は、竹由来の成分からできているため、天然である点も高い評価を受けたことも自信につながりました。

製品の価格や許認可についても幅広く情報収集ができ、今後の事業計画へ反映させていくところです。

訪問先の中でも数社、今後の継続交渉先も発掘できたことも大きな成果でした。

を詳しく把握できました。また、今後使用できそうな場面や食材に関しての大変貴重な意見も得ることができました。また、当社製品への期待も感じることができました。

さらには、許認可申請や、HACCP・ISOの取得状況、FTAの活用状況も把握することができ、今後の計画に活かしていくこととしています。訪問先の中でも、数社は、当社製品に非常に興味を持っていただき、今後の取引につながりそうな企業も発掘することができました。これは大きな収穫でした。

- ③当社製品は、現地で販売するためには、許認可が必要となるため、各国のFDAや、マレーシアのハラール認証について、政府等の認証機関等へのヒアリングを実施しました。手続き内容も把握でき、またマーケティング調査と並行してのヒアリングでしたので、認証にかかる時間やコスト、マーケット状況に併せて、どの国から申請していくのか、といった優先順位をつけることが可能になりました。当社ではすぐには訪問できない認証機関を直接訪問できたことが非常に大きな収穫でした。マーケティングや営業と同時並行で許認可申請手続きを進めていきたいと考えています。

### 4 今後の見通し

F/S調査を実施し、タイを中心として、マレーシア、シンガポールを調査訪問し、ASEAN地域でのマーケットの現状と将来を詳細に把握できたことが大きな成果でした。当社の抗菌剤・食品添加物にかかるニーズや使用シーン、価格、量、競合製品との比較、ニーズの高い食材、許認可申請の手続き等々、具体的・実務的な内容を把握・確認できました。今回の調査結果を踏まえて、今後、販路開拓について

は、マーケットの優先順位を検討しながら、進めて行く計画です。また、許認可申請についても、販路開拓と同時に進めて行くこととしています。

今回、中小機構の専門家からは、「営業」に対する考え方・姿勢、各国の歴史や政治動向等、海外展開において不可欠な、そして重要な事項を多く学びました。また、当社だけでは訪問できない企業へも訪

問でき、中小機構のネットワーク力・実務的な助言に大変感謝しています。



#### 担当専門家から一言 折田 正明 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

同社の「竹」のエキスをを使用した食品添加物、抗菌剤は、同社の独自技術であり、他社の競合品との価格競争は極力避け、独自の商品差別化を行っていくことが必要だと思えます。但し「されど価格」も事実であり、今後はマーケティング戦略面での工夫が課題と考えますが、当社にはそれを克服する力があると信じています。

