

事例②

グループ連携による輸出事業の拡大

海外事業の拡大は、昭和産業グループの事業領域拡大のための重要なテーマの一つです。

輸出事業推進に向けた営業体制強化による効果およびグループ会社間の連携強化による取り組みと成果についてご紹介します。



製粉グループ会社合同ミーティングの開催

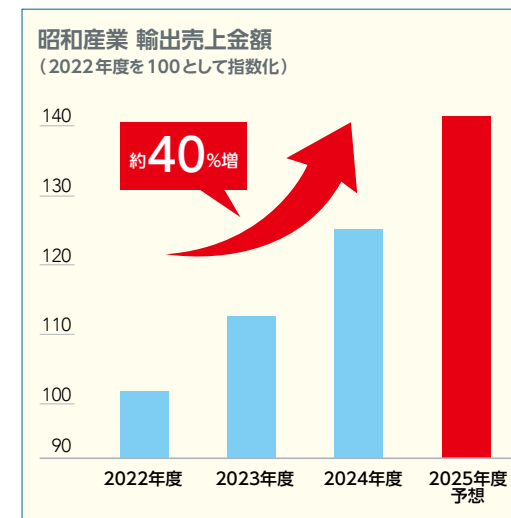
今井▶ 昭和産業グループ各社が持つ商品や販路、販促物をグループ全体で共有すれば、更に事業の広がりが生まれ、グループ全体の価値向上に繋がると考えました。そこで、組織改編から1年が経過した2024年5月に、製粉グループ会社4社（昭和産業・奥本製粉・木田製粉・セントラル製粉）による合同ミーティングを開催しました。



木田製粉株式会社 営業部次長 **平間 亮**

当社には海外に特化した部署がないため、輸出版売は各営業部員が個別に対応していました。昭和産業をはじめグループ会社との輸出に関する連携はほとんどなく、パートナーの輸出商社と取り組みを進めていました。そのような中で合同ミーティングが開催され、各社の輸出状況を共有するとともに、連携できそうな部分や重複している部分を確認できました。また、言語対応や品質保証に関する課題も共有し、活発なディスカッションを行うことができました。

この合同ミーティングを機に連携が生まれ、昭和産業の販路を活用して当社の北海道産小麦粉を採用いただくことができました。その後も合同で販促提案を行い、現地での講習会開催や、日本にお招きして昭和産業RD&Eセンターでの講習会、更に鹿島・船橋工場の見学会も開催しました。



背景	取り組みと成果
- 従来は各営業部がそれぞれ自部署の取扱商品を輸出版売 - 輸出事業においてはグループ会社間連携も希薄であった → 組織改編により海外営業部に集約し、「ワンストップ型」営業体制へ → 合わせてグループ間の連携も強化（グループ合同ミーティング開催、等）	- 昭和産業の販路に木田製粉商品を提案、販促も昭和・木田合同で実施 - 昭産商事も輸出業務を集約し、昭和・昭産合同で両社が扱う商品を販売 → 昭和産業：2022年度比で売上約120%（中計23-25目標達成） → 昭産商事：新規取引10件増加、売上約250%に大幅伸長

■ 輸出業務を集約し「ワンストップ型」営業体制へ



海外営業部次長 兼 輸出推進グループリーダー

今井 耕二

以前の営業体制では、業務用小麦粉は製粉部、業務用天ぷら粉は油脂部、家庭用天ぷら粉は食品部がそれぞれ輸出を担当しており、部署間で顧客に関する情報共有は行っていたものの、販売の連携に関しては課題がありました。

そうした中で、一昨年の組織改編に伴い、営業体制が一社ごとに一人の担当者が対応する「ワンストップ型」へと切り替わり、輸出に関連する業務も輸出推進グループに集約されることとなりました。これにより、顧客との接点強化の効果も生まれており、顧客数・販売数量の増加に繋がっています。



海外営業部 輸出推進グループ

戸田 早紀

ワンストップ型に変わり、取り扱う商品の幅が広がったことで、お取引先との会話の内容も自然と広がるようになりました。私は以前、食品部で家庭用天ぷら粉をアジア圏に輸出版売していたのですが、組織改編後にあるお客様と商談した際、現地の日本食レストランでは天ぷら粉が多く使われていることを教えていただきました。そこで、小容量の家庭用天ぷら粉だけではなく、大容量の業務用天ぷら粉もご提案したところ、新規採用いただくことができました。新たな営業体制のもとでは、私自身のスキルアップにも繋がり、結果として提案の質・幅ともに向上し、顧客に喜ばれるケースが増えていると感じています。今後も、当社の幅広い製品についてより深く理解して、今以上に提案力を上げていきたいと考えています。



輸出用天ぷら粉

■ 昭和産業一昭産商事連携による提案内容の拡充



昭産商事株式会社 食品営業部担当課長

尾野 敬介

当社でも、昭和産業の組織改編にあわせて輸出業務の整理を行い、これまで各営業拠点に分散していた業務を、私の所属する食品営業部に一本化しました。一つの組織でまとまって取り組めるようになったことで、成功事例の共有や横展開がしやすくなりました。

また、昭和産業・昭産商事ともに輸出担当部署が集約されたことで、2社間の連携も取りやすくなり、合同で販売を行うようになりました。

戸田▶ 以前は昭和産業の商品が決まらないと手詰まりになることもありましたが、当社品がご採用いただけない場合でも昭産商事が扱う商品を提案することで、お客様との接点を繋げることができるようになりました。

尾野▶ 現在は、昭和産業の小麦粉や植物油をメーカー様に原料として販売し、更にそのメーカー様の商品を仕入れて輸出する、新たなスキームに力を入れています。これによって、二重の販売効果が得られています。

多種多様な商品ラインナップを全世界へ

今井▶ こうした取り組みの結果、昭和産業の2024年度の輸出売上は2022年度比約120%と大きく伸ばすことができました。昭産商事も新規取引が10件増加し、輸出売上は2022年度比約250%に拡大しています。昭和産業グループとしてのブランド力が確実に高まっていると実感しています。

この成果は、営業部門だけの力では決して達成できるもの

ではありません。品質保証・知財・開発・製造・物流など、多くの関係部署の支援があってこそ実現できたものです。

私たちの最大の強みは、多種多様な商品ラインナップにありますので、まだまだ可能性は広がっています。今後もグループの力を結集し、世界中にその魅力を発信していきたいです。