

世界のビジネスニュース

日刊 通商弘報

通商弘報は、ジェトロの海外事務所から収集した最新のビジネス情報を提供するサービスです。

記事詳細

「救缶鳥プロジェクト」を米国でも展開ーパン・アキモのビジネス戦略ー (米国)

2013年03月19日 ニューヨーク事務所 添付ファイル: なし

備蓄食のパンの缶詰で知られるパン・アキモ(本社: 栃木県那須塩原市)は、賞味期限が残る缶詰を回収し、必要とする他国の人々に再配布する「救缶鳥(きゅうかんちょう)プロジェクト」を進めている。同社は2012年7月に米国に現地法人を立ち上げ、米国でも同プロジェクトを始める。2月7日に、米国進出の狙いを中心に同社の秋元義彦社長に聞いた。

<米国で出会った人からニーズを実感>

問: 米国進出のきっかけは。

答: 「救缶鳥プロジェクト」を米国で広めるために、2012年7月にカリフォルニア州ロサンゼルス市郊外に現地法人を設立した。このプロジェクトは、賞味期限3年の当社のパンの缶詰が非常食として購入され2年間備蓄された後、使用されなかった缶詰を賞味期限が1年残っている間に回収して、それを必要とする他国の人たちに再配布するというものだ(詳細はパン・アキモ [ウェブサイト](#) 参照)。

米国に進出しようと思った理由は複数ある。まず、米国は寄付やボランティア精神が人々の間に広く浸透しているため、救缶鳥プロジェクトは受け入れられやすいと考えた。また、私が米国で出会った人々にプロジェクトの話をしたところ非常に反応が良かった。さらに、米国は国土が広いこともあり、地震、ハリケーン、豪雪といった自然災害に見舞われることが多く、備蓄食品に関する知識があること、そしてこうしたプロジェクトを必要としているという話を多数聞いたことなどから、パンの缶詰のニーズがあると実感した。



パン・アキモ代表取締役社長の秋元義彦氏(出所: パン・アキモ)

例えば、毎年2月の第1木曜日に、ワシントンで全米朝食祈禱会(National Prayer Breakfast)という朝食会が開催されている。この朝食会は米国議会のメンバーが主催し、大統領も参加する。2009年に招待されて参加した際に、たまたま隣に着席していたテキサス州の議員にプロジェクトの話をしたところ、是非とも米国で展開するべきだと励まされた。

問: 米国ビジネスの現状は。

答:まずはハード面の整備からということで、現地法人を設立することにした。現地法人の設立に当たり、カリフォルニア州に住んでいる私の高校時代からの親友が支援してくれることになり、彼の自宅の一室を借りて事務所を設立した。

私は渡米するたびにパンの缶詰をサンプルとして持参し、さまざまな人たちと会いプロモーション活動をしているが、実際に米国で事業を立ち上げるとなると、相当数の缶詰が必要となる。当社の沖縄工場で大量生産して米国に輸出することも考えたが、食品を米国に輸出すると、米国食品医薬品局(FDA)の厳しい基準をクリアする必要がある。この規制をクリアすることも重要だが、それよりも個数を確保することが大切と考え、現在は米国内のパン製造企業で、当社の製品を製造してくれるパートナーを探しているところだ。

<米国での特許も取得>

問:貴社製品の強みは。

答:乾パンのような食感の硬い保存食ではなく、柔らかくおいしいパンが3年間保存できるというのが当社のパンの缶詰の特長だ。当社はパン屋なので、食べておなかが満たされるだけでなく、幸せを感じてもらえるようなおいしいパンを作ることが使命だと考えている。



種類が豊富なパンの缶詰(出所:パン・アキモト)

おいしいパンの缶詰を、被災者や飢餓に苦しむ人たちの元へ届けたいという思いからパンの缶詰を開発し、備蓄品を「リユース(再利用)する」というビジネスモデルの「救缶鳥プロジェクト」を立ち上げたのも、当社ならではの取り組みといえる。

模倣品が出回るのを防ぐためにも、2000年に米国、中国、台湾でパンの缶詰の製造技術に関する特許を取得している。米国でプロジェクトを今後展開していくための準備段階として2012年12月に、同プロジェクトのビジネスモデルに関する特許の出願を、米国特許商標庁(USPTO)に提出した。

日本では、普通のパンと一緒にパンの缶詰も当社のパン屋の店頭で購入できる。さらに、デノリスやフェリシモといった大手の通販業者が取り扱い、多くの人の目に触れるようになったことや、2011年に東日本大震災が発生し、備蓄食品への意識が高まったこともあって、パンの缶詰の売り上げは伸びている。2012年の売り上げの70%がパンの缶詰によるものだった。震災後ということで、多くの方々が購入してくれたのだと思う。



缶詰から取り出したパン（出所：パン・アキモト）

<自社工場設立が目標>

問：今後のビジネス展開は。

答：現在米国では、当社のパンの缶詰を製造してくれるパートナー企業を探している。これまでに、ビジネスコンサルタント会社や日清製粉の支援を得て、何社かの候補企業と話をしたが、まだ完全に信頼できて一緒にビジネスをやりたいと思える企業にはめぐり合えていない。引き続き候補企業と対話をしていく予定だ。

当社の米国現地法人がロサンゼルス市近郊にあるので、できればロサンゼルス近郊で、小ロットでいいので、パンの缶詰を製造してくれる信頼できる企業とパートナー提携をしたいと思っている。同時に、多方面の人々に会い、ネットワークを広げて救缶鳥プロジェクトのプロモーション活動を行っていく予定だ。

パートナー企業が見つかってパンの缶詰を米国内で生産できるようになり、プロジェクトが軌道に乗ってきたら、パートナー企業との共同出資によって、1日に1万缶ほどの製造能力がある自社工場を設立したいと考えている。さらに事業が成功すれば出資者も集まると思うので、独立した工場を設立したいと考えている。おそらく、共同出資による工場設立からは私の息子の世代の事業になるだろうが、このような将来像を描きつつ、私はその基礎づくりで一生懸命取り組みたいと思っている。

問：そのほか海外ビジネスの取り組み状況は。

答：海外現地法人を設立しているのは米国だけだが、その前から中国や台湾で開催されるイベントなどに参加し、当社のパンの缶詰の紹介を行っている。中国には「いざという時に備える」という考えがあまりないようなので、パンの缶詰の備蓄食品としての浸透はまだまだ先になるかもしれないが、模倣品が出回ると困ると思い、現地のイベントに参加した時には市場調査も行っている。

模倣品は日本でも最近出回るようになってきている。しかし当社は1995年からパンの缶詰の開発に取り組んでおり、他社とは比べ物にならないほど技術開発に時間をかけている。良い製品を作るために、何度も失敗し試行錯誤しながらここまで来たという自負があるので、模倣品には絶対まねができないと思っている。さらに、私が所属しているNGOの日本国際飢餓対策機構（JIFH）とタイアップし、食料を必要としている国の人たちにパンの缶詰を届けるルートを確立させていることも他社とは違う点だ。

最近では救缶鳥プロジェクトのことを、単なるビジネスではなく、社会への貢献度が高いソーシャルビジネスだと称賛してくれる人も多い。こういった声が進みになっている。もともと私の父が脱サラして始めたパン屋「アキモト・ベーカリー」を私が受け継いだのが1993年で、その時に名前を現在のパン・アキモトに変更した。パン・アキモトのパンはもちろん英語の「Bread」を意味するのだが、救缶鳥プロジェクトで世界のあちこちへの架け橋になっているということで、「Pan Pacific」（パンパシフィック）の「パン」の意味もあるといわれるようになってきている。

（秋山士郎）

（米国）

