谷尾食糧工業

成長への礎を築く 多角化と深堀りで総合力高める

▲谷尾誠社長

岡山県の農産加工メーカー。昭和５年に製あん事業で創業。原料には北海道の契約栽培農家の小豆を使用するなど差別化にこだわり、高品質な水質に求めて名水吉野川沿いの和気に工場を構える。あん以外にはうずらやマッシュルーム、パイナップル缶などを手掛け、近年は果物王国・岡山の地の利を生かして、高級フルーツを使ったゼリーや野菜スープといった商品の充実を図る。これら新規事業が成長の屋台骨となっている。

この数年多角化を進めてきたことで、コロナ禍による急激な市場変化の影響は軽減されたが、その一方で各事業の深堀りが課題として残る。そこで対外活動が制限されているこの機会を逆にチャンスと捉え、社内ディスカッションや学ぶ機会を増やし、自社のポジショニングの明確化。それぞれの市場で求められる価値やニーズを改めて分析するとともに、自社商品の理解を深め、新たな商品づくり、営業施策の礎としていきたい考えだ。「コロナに限らず経済や気候変動など想定できない事象が起こった時、スピーディに対応できる力を今のうちに養いたい」。

また基幹事業の製あんでは、毎日の食卓に溶け込む商品づくりを模索。流れが速い消費動向には「小回りのきく体制で機敏に動きたい」。市場に新たな風を起こし、盛り上げていければと願う。

先代が築いてきた伝統を継承しつつ、柔軟性とスピード感をもって時代の変化に対応することで企業成長に結びつけ、さらなる飛躍を目指す。

中四国ソルト

オール塩業で共同配送を 災害時の安定供給に配慮

▲中四国ソルト　小山則之社長

減塩志向に歯止めがかからない塩について、サステナブルの見地から今後を考えると、塩産業の付加価値をどう残すかがカギだと思う。“減塩”志向に対しずっと反論出来ないでいるが、今言われている適塩適量が正確な数字かどうかを含め、業界自らがメッセージを発信しなければならない。

減塩による需要減に加え、業界ではエネルギー、物流コストも課題となっている。当社でも一部では取り組みを開始しているが、コストだけでなく環境問題に貢献できる共同配送について業界を挙げて効率化し、全国の塩元売が持つルートに乗せることも必要だ。

塩元売としては塩の売上構成比を守りたいが、塩の新しい使い方が訴求できない現在、一般食材の扱いが年々増えている。事業継続を考えると一般食品の構成比は 20% になるだろうが、未来の使用者への塩の啓蒙は必要。塩の機能、効果を知っていただく努力、10 年後に繋がる PR を継続的に行っていきたい。

東日本地震では、塩の工場も被災し東北エリアの塩需給が逼迫した。塩元売をはじめオール塩業界が尽力し事なきを得たが、災害発生時によって塩自給率の重要性が改めて評価されたように思う。当社の商圏となる中国、四国エリアは広範囲。この地域では南海トラフの発生が予測されているが塩メーカーが集中している。今後強固な BCP 対策を策定し備えていく。