

養蜂家支援で産地開拓 機能性素材開発も加速化



▲岸野逸人社長

テーブルハネー、プロポリスなど蜂産品は自社ブランドのほか OEM も請け負い、独自の醗酵技術を活かした機能性素材の開発も得意としています。国内市場におけるはちみつは、中国産原料を中心にマーケットが形成されてきました。当社も中国産をはじめ各国産原料扱っている。また、全国の養蜂家と連携し、国産蜜の品揃えも充実しているのも当社の特徴の一つ。創業 60 周年を迎え

た今年は、国産蜜で記念商品を発売した。

しかし、はちみつは天然物。日本に限らず世界的に異常気象が増える中、今後はレンゲ、アカシアなど単花蜜での製品作りは難しくなる可能性があります。

生産量が漸減する一方で、国際的にも需要は増加し、原料高が続いています。当社では価格変動を抑えることができるブレンド蜜を提案していますが、環境保護の取り組みとして新たな産地の開拓と現地養蜂家の支援にも注力しています。

中長期ビジョンでは、事業規模を倍増すること。そのため、機能性素材開発を次の事業の柱に据え、社内に「健康素材グループ」を設置しました。現在、機能性素材は“醗酵黒シリーズ”、じゃばら、黒唐辛子、かんずりなど特徴ある素材で品揃えています。これまではこれら機能性原料を販売していましたが、これらの自社開発素材を使った EC サイト向けの専用商品の開発および開発に取り組めます。

昆布茶の需要層を拡大 漬物の素に高付加価値品



▲冨海智社長

「ニットーリレー」のブランドで昆布茶をはじめ、しょうが湯、麦茶などを製造。「ニットー」は原料となる良質な昆布の産地、北海道の利尻、礼文島に由来する。昆布茶は缶入りのほか、顆粒スティックや料理用、瀬戸内レモンを使ったご当地商品まで広く展開する。昨年発売した「食物繊維入りこんぶ茶」は、「これまで何年も昆布茶を販売してきたが、ここまで反応の良かった商品は初めて」

(冨海智社長) というほど好評だった。飲用だけでなく調味料としての利用を促そうと、お茶漬けやスバゲティなどの写真をパッケージに掲載したことで、昆布茶売場だけでなく調味料コーナーへ導入する店舗も多かった。また、昨年は大阪市の同業社、不二食品とのレシピ対決を WEB 上で展開、反響を得た。昆布茶と言えば比較的、年配者が飲用するイメージが強いが「今まで飲んでいなかった人が、年を取ったから飲むとは限らない」と指摘する。それだけに、機能面の訴求や料理への利用など購買層を広げる努力を惜しまない。

同社の中でもとりわけ好調な商品群が、昨年まで 8 年続けて 2 ケタ成長を続けてきた漬物の素「すぐ漬け」シリーズだ。今年はコロナ禍で伸長した昨年の反動が見られるものの、それでも 5% 以上伸びている。既存品よりも高価格帯の商品を新たに投入。昆布茶メーカーとしての強みを生かし、がごめ昆布を加工し原料に使った。「漬物の素で当社の認知度が高まっている中、付加価値の高い商品を投入し新たな需要を獲得したい」。