

フタバ

新工場稼働で新生産体制を構築 素材と健康による付加価値訴求



▲安部直也代表取締役

フタバは80年を超える熊本の老舗ふりかけメーカーとして知られる。主力の「御飯の友」を柱にスマイルシリーズ、旨辛シリーズ、お茶漬け、漬物の素、業務用商品など幅広い品目を取り扱う。「御飯の友」はふりかけの元祖として、地元熊本だけに留まらず国内全域で広く流通する看板商品として根強い人気を誇る。九州エリアを中心に関東・関西圏への配荷増に加えて、近年では北南米

やアジアやECへの輸出も堅調に推移している。

昨年6月から本社工場を移築し、生産と供給を一元化する体制に移行。新工場は作業効率を追求した設計にし、製造品目における効率的な生産体制を構築。2割増の生産供給に対応出来るようにした。衛生設備ではHACCP仕様に準じた設計にし安心安全への対応を強化。さらに省力化や自動化への取り組みでは人手不足を軽減し作業効率を高めるべく工場内の機械設備類の配置を変えるなど仕事の動線に工夫を凝らし、個包装商品の包装機を更新。大型乾燥機を導入する設備投資に着手した。ふりかけ原料の風味を損なわないようにする配慮から味付けや攪拌の設備を導入することにより品質や味のレベルアップにも取り組んでいる。

ブランド展開では少子高齢化社会を見据えて素材と健康を意識した商品の開発・販売に重きを置いている。対外的な販売方法の見直しを行い、いろんな食材との組み合わせやメニューに手軽に使えるふりかけ商品の汎用性の高さをアピールしながら需要伸長と販路拡大を推し進めている。

ブンセン

還暦迎えた看板ブランド 有効活用からヒット商品

▶田中智樹社長



創業は1934年(昭和9年)。兵庫県龍野で地場産業の醤油醸造からスタートした。戦後、自家製の醤油とその醸造技術を生かし、佃煮や調味料へと商品の幅を広げる。

その中で今年、海苔佃煮の「アラ!」、塩ふき昆布の「塩っぺ」の看板ブランド2品が発売から60年を迎えた。インパクトのある商品名には、「指名買ってもらいやすいように」との思いが込められている。「アラ!」が発売された当時、カタ

カナ表記はもちろん、「!」が名前に入る商品は非常に珍しかった。このほかにも一文字だけの「パ」、また、「ヤーダ」「ボチャ」など、ユニークなネーミングを持つ商品が多い。

2大商品が還暦を迎えた今年、3月31日を「アラ!の日」、7月22日を「塩っぺの日」として記念日の認定を受けた。前者は日付が「アラ!」の文字に似ているから、後者は夏場に欠かせない塩分補給に役立つという理由で大暑の日が選ばれた。田中智樹社長は「『アラ!』『塩っぺ』の冠が付く商品はクオリティを維持しながら、その上で何か面白い新しいチャレンジをしている。さまざまな仕掛けを通し、これからも楽しく食べるお手伝いをしていきたい」と話す。

最近、話題と人気を集めているのが「ごぼうおかか」。もともと惣菜を製造する際に処分していたごぼうの皮などを有効活用し生まれた商品だが、食感や相性の良さが評判を呼んだ。“ふりかけ風佃煮”として、既存の佃煮とは違う新たな可能性を開いている。