

マスヤ

愛され続ける“本物”であれ 「おにぎりせんべい」拡販さらに



▲浜田吉司社長

人気米菓「おにぎりせんべい」を手掛けるマスヤは1963年設立。69年に「おにぎりせんべい」を上市するや瞬く間にヒット。発売50年を超えるロングセラーとなった。近年は第2フレーバーとして「銀しゃり」が成長。「おにぎりせんべい」シリーズ全体で、同社売上の8割を占める。

現在、マスヤグループ10社を束ねる浜田吉司社長は、証券会社やグループ傘下の酒造メーカー

での勤務を経て、92年にマスヤ入社。94年には社長に就き、事業の多角化を進めてきた。

マスヤは98年に米菓メーカーとして初のISO認証を取得。05年には、茨城県の日乃本米菓製造の経営を引き継ぎ、関東での橋頭堡を築いた。

組織運営においては「理念経営」を掲げ、従来のトップダウン型からボトムアップ型に体制を転換。ここ数年は「自律分権型経営」を標榜し、経営幹部の育成と次世代への権限移譲を図っている。

「これからの時代に求められるのは、経済的価値と社会的価値を両立させるESG経営。次代にバトンをつなぐために、我々が心得ておくべきは、①長く愛され続ける“本物”を残すこと②グループの中に有為な人材を育てておくこと③各社の財務に瑕疵を残さないようにすることの3点だ」と浜田社長。

「マスヤとしては東日本エリアでの拡販と新定番育成の2つを成長軸に据える。加えて“地域イノベーション”をテーマに、グループとして地域経済の活性・発展に寄与していきたい」

マリン
フード

「スティリーノ」で差別化 植物性代替商品でシェアトップ

▶吉村直樹社長



創業商品マーガリンを始め、チーズ、バター、ホットケーキなど幅広く展開。主力のチーズ類は全体売上の7割強を占め、全国に配荷されている。

同社の代表的商品の一つがチー

ズ代替品の「スティリーノ」ブランド。現在の食品市場は、代替肉、代替ミルク、代替ヨーグルトなどの植物性商品が脚光を浴びており、同商品は各代替商品群でシェアトップと推定され、吉村直

樹社長は「当社の強み」と強調する。

「スティリーノ」は、チーズの主成分である乳脂肪を植物油脂に置き換え、乳たん白と乳化させた素材で、100%でも利用できるが、ナチュラルチーズをブレンドすることも可能で、その割合は商品によって異なるが、シュレッドからダイス、スライスと幅広く展開。さらに、ヴィーガンタイプや豆乳タイプがあり、スライスタイプのコレストロールオフ品は国内では同社のみが生産するなど、独自商品を積極的に開発している。

最大の強みはチーズに匹敵するおいしさで、かつチーズより安価である点だ。チーズ市場はここに来て原料高騰が厳しくなっており、一方で外食市場はコロナ禍で厳しい状況が続いている。品質的評価の高いスティリーノ製品の提案で業務用市場再構築の一端を担う。

また、同品は環境に資する商品でもある。植物性原料を採用するスティリーノの拡大は、動物によるCO2排出や飼料などの削減にもつながり、必然と環境貢献につながっている。