

オタフク ソース

地球規模でお好み焼を ボードレスフードへ



▲佐々木孝富社長

昨年、第8代目の社長に就任した佐々木孝富氏が最初に述べたのは、先人への感謝だった。「家庭用と業務用の比率が1:1という、これまでの経営者の考え方を継続してきたからこそ、コロナ禍を乗り切ることができた」。前期、外食などの業務用は苦戦したが、内食需要の高まりで家庭用商品は伸長。苦境に立つお好み焼店を応援するため、テイクアウト用の販促物などを同社と取引が

あるなしにかかわらず配布した。店とお好み焼文化の継続を第一に考えたからだ。

「小さな幸せを、地球の幸せに」をスローガンに、お好み焼を「ボードレスフード」として世界に広げることを目指す同社。「お好み焼の普及を第一義としてやってきた先人の思いを、より大きく具現化していきたい」と力を込める。見据える先は世界だ。2018年には「オタフク」の英字ロゴを導入。昨年は「お好みソース」など主力商品のパッケージに書かれたロゴをカタカナから英字に変えた。拠点を置く北米や中国だけでなく、お好み焼やたこ焼などの“コナモン”メニューが日本食として注目されるヨーロッパなど世界各地で普及活動に力を入れる。マレーシア工場ではハラール対応のソースを製造する。

同時に“Earth Friendly”を掲げ、家庭用の「年月」表示や容器の軽量化、製造・物流においては適正在庫の管理や他メーカーとの共同配送など、企業活動のあらゆる面で「人と地球にやさしい会社を目指している」。

オリバー ソース

付加価値商品の開発に注力 1月17日製造に思い込める

▶道満雅彦社長



る（One Taste Is All It Takes）」をコーポレートメッセージに置いている。

1923年（大正12年）にソースを製造。その後、48年に初めて濃厚ブラウンウスターソース「オリ

日本に現存する企業の中でとにかくソースを始めて製造したメーカー。現在は「どろソース」や「クライマックスソース」など付加価値商品を重視し、「ひとつの味で、全てを変え

バーとんかつソース」を発売し新たな市場を開拓。93年に家庭用の「どろソース」と「クライマックスソース」を発売。97年には業界初のHACCP対応新工場が稼働し、2000年にISO9001を業界初として取得。その後もISO22000、FSSC22000など、安全・安心面への投資を積極的に実施してきた。

「どろソース」は、ウスターソース製造過程で産出される沈殿部分の凝縮された旨味と辛味が特徴で、発売した36年ごろは業務用向けに一升瓶に詰めており、その旨さを知る地元お好み店などが買い求めていた。

また、「クライマックスソース」は毎年1月17日に炊く。同日は95年に阪神・淡路大震災が発生した月日。震災当時同社は本社社屋全焼、工場半壊で4ヵ月間操業不能に陥り、実質的な商品供給は2年半後の新工場完成を待つ事となった。道満雅彦社長は「震災当時からの従業員は今も数名ほどだが、震災と復興の記憶を後世に伝えていくことは当社の責務」と語り、今後も1月17日製造に思いを込める。