



検索

キーパーソン

テクノレポート

上々企業

就活情報局

オンリーワン

フォーカス

アナライズ

ホーム > キーパーソン > 長友味噌醤油醸造元 塩見裕一郎さん

キーパーソン

長友味噌醤油醸造元 塩見裕一郎さん

クリップ

ツイート 0

Like 11

2015年02月23日

伝統の味守りつつ海外へ

「自分たちの代でつぶしてしまうかもしれないが、やってみようか」。そう決意し、妻の実家でみそやしょうゆの醸造に携わって7年。試行錯誤を重ねながら、「カネナ」の味を守り続ける。食生活の変化などで消費が落ち込む中で、新たな収益源として海外での販路拡大も見据えており「和食が注目を浴びる中、もっと日本の良さを伝えていきたい」と意気込む。

もとはスイス系銀行に勤務する技術者で、シンガポール駐在も経験した。みそやしょうゆ造りとは無縁の世界に暮らしていた。転機は2007年、妻陽子さん（48）の父が病に倒れたことだった。孤軍奮闘する母の悠子さんを手伝うため、陽子さんは半年間シンガポールと宮崎を行き来する生活を送った。「跡継ぎもないし、もうやめようか」とつぶやく母。結婚当初から実家を継ぐことは夫婦ともに考えていなかった上に、醸造の知識は持ち合わせていない。しかし、10年の海外暮らしで、より自分を日本人としての意識することが増え「日本の良いところを紹介したい」という気持ちが生まれていた。実家の家業を放っておけない妻の意もくんで退社を決意。08年夏、新たな一歩を踏み出した。

大豆を蒸す時間やこうじと塩水を混ぜる時間など、分からないことだらけ。最初の1年間は職人に教わりながらひたすら作業に没頭した。2年目に入ると、「この香りが出たら混ぜるのをやめる」など感覚を少しずつつかめるようになってきた。「自分なりにうちの味の基本が分かってきたことがうれしかった」と振り返る。

しかし、良いものを作っても売れない時代だという事実にも向き合わなければならないことも痛感していた。食生活の変化や核家族化の進展などにより、30年で3～4割も売り上げが減少。昔ならば1回に一升瓶10本など売れていたが、今は一升瓶1本か1リットルボトル2本など「客単価は確実に下がっている」。狭い商圏以外にも販路を求めざるをえていた矢先、シンガポールで開く九州物産展への出展者募集を知った。「現地の人たちの好みも分かっているし、挑戦してみよう」と10年3月、みそを携えて海を渡った。



「海外進出を新たな収益源としてしっかり育てていきたい」と話す塩見さん

ブースでは生みそを山盛りにし、100グラムから量り売りするなど、コスト優先の大手と差別化を図れる販売方法をとった。シンガポールは日本食人気の高まりからみそがスーパーに並んでいるものの、調理の仕方を知らない人も多い。そんな事情を知っていたため、みそ汁の試食や英語のレシピも用意。すると、1カ月で持っていったすべてが売り切れ「僕らでも海外で勝負できる」と自信を深めた。2年目以降の出展時は販売量を増やしているが、毎回完売。前回みそを詰めたパックを手買いに来るリピーターもおり、「うれしいと同時に手応えを感じている」と笑顔を見せる。

昨年12月には、宮崎太陽銀行や県産業振興機構の支援を受けて、日本貿易振興機構（JETRO）の「輸出有望案件発掘支援事業」の採択を受けた。同事業は、マーケットの情報収集や商談随行など、担当のJETRO職員がバックアップしてくれるもので「とても心強い」と話す。担当職員と話合って、ターゲットは比較的富裕層の多いシンガポールと香港に定めた。現在は3月のシンガポールの物産展への同行や今後の段取りについて、毎週インターネットを介して会議を重ねている。

国内市場が先細る中で「海外進出はもうひとつの収益の柱。成長させるために知恵を絞らないといけない」と気を引き締める。一方で、約140年続いた伝統の味をどう地元で売っていくかも大きな課題。「今までやってきたことを丁寧にやりつつ、新しいことも考えていきたい」と前を向く。

ここが聞きたい

－消費量が減る国内市場をどう見る。

流通網の発達により、地場の市場に大手が食い込んできている。そこに少子高齢化や食環境の変化など追い打ちを掛けており、正直厳しい。新機軸として白だしやポン酢の製造も始めたが、先行する商品がある中で売っていくのは難しい。妻が宮崎市内の保育園などで実施しているみそ造り体験は人気。将来の消費者の舌を育てていくのも大事だと考えている。

－海外で販売するときに気を付けていることは。

試食販売では、現地スタッフに調理してもらうようにしている。水の種類や塩加減など現地の人の好みを理解している人が作ったほうが、より商品の良さが伝わるからだ。また、日本の調理方法を押しつけるのではなく、あくまで提案というレベルにしておくのもポイントだ。

プロフィール

しおみ・ゆういちろう 東京都出身。武蔵工業大（現東京都市大）卒業後、1991年に外資系銀行に入行。宮崎での生活も7年目で「食べ物や人、気候の良さにどっぷりはまっている」と笑う。妻、妻の母、長女（10）と同市青島で暮らす。68（昭和43）年2月生まれの47歳。

【関連記事】

ミラノ万博 本県参加 来年、食と生産技術発信（2014年08月08日）

会員メニュー

現在ログイン中です
(kanena)

ログアウト

- ▶ 会員様お問い合わせ
- ▶ ご意見・ご要望をお寄せください
- ▶ 退会を希望される方

クリップリスト

「みやびズ」コンテンツ一覧

会員登録のご案内

一般・企業対象

就活パスポート（学生対象）

宮崎日日新聞との学割セット

キーパーソン

- ▶ 07月27日
ブリコム社長 井久保栄光さん
- ▶ 07月13日
NEXTシステムズ（福岡市博多区）社長 森島深さん
- ▶ 07月06日
ヘナアートスタジオMesun代表 増田美恵子さん
- ▶ 06月29日
神崎建設工業代表取締役社長 神崎 雄一郎さん
- ▶ 06月22日
ミヤザキ（埼玉県日高市）社長 山之上道廣さん
- ▶ 06月15日
ひろせ本店社長 広瀬吉弘さん

アーカイブ

- ▶ 2015年07月
- ▶ 2015年06月
- ▶ 2015年05月
- ▶ 2015年04月
- ▶ 2015年03月
- ▶ 2015年02月

LIFEナビ

みやざき麺客万来

わたしの一冊

ただいま営業中！

記者コラム

フードビジネスの今

「福岡発」経済ニュース

倒産情報（帝国データバンク提供）

紙面記事

九州経済ニュース

西日本新聞経済電子版（qBiz）

アジア経済情報「NNA」

会員企業のお知らせ

おくやみ

補助金・コンペ情報

人事ニュース

就活応援

みやぎん経済研究所から

宮日ランチ会から

みやびズ・アーカイブ

