

天然調味料を通した食文化への社会貢献

経営トップ講義

@県立大 2019~20

「ビジネス経済の実践」要旨

⑩



アリアケジャパン
代表取締役社長

田川 智樹氏(65)

「デジタル化で生まれた時間を、付加価値の創造に使うことが大切」と話す田川代表取締役社長
|| 県立大佐世保校(山下哲嗣撮影)

1966年の創業だ。だしやソースなどの天然調味料を製造・販売しており、業界で約6割のシェアを占める。東証1部上場企業で、売り上げは約565億円(2019年3月期連結決算)。来期は600億円を目指している。

主力工場は佐世保市小佐々町と北松佐々町にある。ここに製造拠点を置いたのは、原材料が手に入りやすいからだ。1日2千トンの水を使うが、佐々町には佐々川という

大きな水源がある。また、九州は新鮮な鶏がらや豚骨、野菜が豊富だ。工場は海外にも進出しており、オランダ、フランス、ベルギー、中国など6カ所にある。製品は和風、中華、洋風のだしやソースなど多種多様で、約2500種類ある。厳選した原材料を使い、製造工程は一切妥協を許さない。大

工場には自動化された最新鋭の設備があり、生産性、安全性が高く、衛生面にも優れている。原材料を投入するタ

国内の食品業界の市場規模を見ると、17年度はレストランなど「外食」が約25兆円、コンビニなどで購入して家に持ち帰る「中食」が約9・5兆円、加工食品や生鮮食品を家で調理する「内食」が約33兆円。今は中食市場が伸びて

イミング、時間、温度などは全てコンピュータで管理。常に同じ味、品質を保ち、安定して生産できる仕組みを構築している。

味の数値化(見える化)にも取り組んでいる。人の感覚だけで味を評価することは難しい。塩味、苦味、酸味、甘味、うま味を科学的に分析し、完成の8割まで近づける。残り2割は、社員が何度も味見をしてわずかな違いを判断し、理想の味に近づけている。

要望見極め付加価値提供

|| 次回は14日に掲載します ||

(湯村高大)