

# 石垣食品 石垣会長に聞く



「フジミネラル麦茶」やビーフジャーキーなど伝統的なカテゴリーを事業展開する石垣食品。一方で新日本機能食品をグループ傘下に加え、健康などタイムリーな需要も探っている。このほど本紙は石垣裕義代表取締役会長(写真)にインタビューし、事業環境の現状や展望を聞いた。

〔聞き手 石母田景〕

——直近の経営環境は  
コロナ禍への意識は薄まり、気兼ねなく屋外で食品を消費する行動が戻りつつある。メーカーにとって最悪の時期は脱したと見ていいのではないか。

ただ、周知の通り記録的な物価高、物流問題など課題は次から次へと噴出し、その対応に追われているのが現状だ。メーカーはよりタイムリーなマネジメントが必要になっている。中期の予測というよりはその都度のアジャイルが最適なのだろう。

一方、物価高に伴って

のものが、値上げに柔軟さが出てきたのは非常に良いことだ。カテゴリーによるが、食品は生活に近すぎるあまり値上げになかなか踏み切れず、過度な安価の常態化が珍しくない。この慢性的な課題が少しずつではあるが解消に向かっているのは、サプライチェーン全体の持続可能性に間違いなく寄与すると思う。「ここまで追い詰められないとできないのか」と思うところはあるが、これを機に時々に応じた売価の実現を目指すべきと考える。

——健康市場をどう攻める  
サプリメントのように機能面に振り切るのも悪くないが、健康が当たり前の需要になっていくことから、「いかに生活に溶け込みやすいか」が重要になるのではないかと。普段からある食品、飲料が味覚や摂取方法をほとんど変えず、健康的な付加価値を持つのが理想だと思う。数多くの製品改良や健康ブームを繰り返して、消費者のニーズが

——健康需要開拓、麦茶の新提案など  
「できるだけ自然なものを」に回帰している感もある。現状、トクホや機能性表示食品が溢れているが、ヒットしている製品の多くがこの特徴を備えている印象だ。

——従来からあるカテゴリーは  
間違いなく健康はトレンドを越えて定着し、それに伴って淘汰とは言わないまでも割を食うことはあるだろう。ただ、既存カテゴリーに健康的な付加価値を加えるケースも多く、プラス影響の方が多いと見ている。ここで先に述べた「いかに生活に溶け込みやすいか」

が関わってくると思う。

——既存事業について。麦茶の調子は  
「フジミネラル麦茶」の前期(3月期)は数量で横ばいといったところ。値上げしたマイナス影響を懸念していたが、記録的な猛暑がそれをカバーした。また、価格が上がったとはいえ麦茶の経済性は依然として強

——3月には新製品「金色麦茶」を発売した  
いつか発売したいと思っていた麦茶のプレミアム製品だ。「フジミネラル麦茶」は定着し、ユーザも多くのいるが、ロングセラーならではの悩み。市場活性化に繋がりがづらい。があり、「金色麦茶」でこの課題の解決のきっかけを作りたい。目指している市場活性化は「猛暑だから」「物価高だから」のような外的要因によるものではなく、メーカーからの提案だ。

——設計の特徴を  
「フジミネラル麦茶」の特徴でもある、浅煎り大麦のスッキリとしたおいしさだ。

「フジミネラル麦茶」は国産、カナダ産の浅煎

り、深煎りをブレンドしているが、「金色麦茶」は国産の浅煎りのみを使用し、両製品はスッキリさというコンセプトでは同じなもの、味覚はかなり異なる。「金色麦茶」のほうがより甘み、香りが際立っている。実際、抽出すると液色もかなり特徴的だ。従来品に慣れている人は「薄くない?」と思ってしまうかも。

——成熟した麦茶市場でチャレンジする意気込みを  
嗜好の多様化が加速するなか、「フジミネラル麦茶」が約50年続けてきた浅煎りという価値が改めて評価される、そんな可能性を感じている。

あつて当たり前前の麦茶にもこだわりの時代が来るのではないかと。プレミアム麦茶というカテゴリーが認められれば、「大人になったからこだわった麦茶を」と考える人もいるだろう。業界長年の課題である収益性の向上にもつながると期待している。

※「金色麦茶」概要  
8g×24袋、税別希望小売価格300円。

18年に新日本機能食品をグループ傘下に加え、健康や美容、ECといったそれまでの当社に足りなかった分野に挑戦している。

当然うまくいかなかった事業もあり、トライアンドエラーの繰り返しだが、健康の需要は確信している。新日本機能食品を買取する前から「ごほう茶」で一定の手応えがあったが、ここ数年の健康志向の加速は想定を遥かに超えている。

——「既存事業について。麦茶の調子は」  
「フジミネラル麦茶」の前期(3月期)は数量で横ばいといったところ。値上げしたマイナス影響を懸念していたが、記録的な猛暑がそれをカバーした。また、価格が上がったとはいえ麦茶の経済性は依然として強

——3月には新製品「金色麦茶」を発売した  
いつか発売したいと思っていた麦茶のプレミアム製品だ。「フジミネラル麦茶」は定着し、ユーザも多くのいるが、ロングセラーならではの悩み。市場活性化に繋がりがづらい。があり、「金色麦茶」でこの課題の解決のきっかけを作りたい。目指している市場活性化は「猛暑だから」「物価高だから」のような外的要因によるものではなく、メーカーからの提案だ。

——設計の特徴を  
「フジミネラル麦茶」の特徴でもある、浅煎り大麦のスッキリとしたおいしさだ。

「フジミネラル麦茶」は国産、カナダ産の浅煎

り、深煎りをブレンドしているが、「金色麦茶」は国産の浅煎りのみを使用し、両製品はスッキリさというコンセプトでは同じなもの、味覚はかなり異なる。「金色麦茶」のほうがより甘み、香りが際立っている。実際、抽出すると液色もかなり特徴的だ。従来品に慣れている人は「薄くない?」と思ってしまうかも。

嗜好の多様化が加速するなか、「フジミネラル麦茶」が約50年続けてきた浅煎りという価値が改めて評価される、そんな可能性を感じている。

あつて当たり前前の麦茶にもこだわりの時代が来るのではないかと。プレミアム麦茶というカテゴリーが認められれば、「大人になったからこだわった麦茶を」と考える人もいるだろう。業界長年の課題である収益性の向上にもつながると期待している。

※「金色麦茶」概要  
8g×24袋、税別希望小売価格300円。

