



トップ直撃インタビュー

タマノイ酢

播野貴也社長

「伝統と革新」テーマに

【大阪】開催時期も折り返しを過ぎ、ますます熱を帯びる大阪・関西万博。万博出展は5回目となるタマノイ酢は、大阪外食産業協会（ORA）の「宴（UTAGE）」に開幕から先陣を切って出展した。33年ぶりにバトンを引継ぎ、社長就任から1年が経過した播野貴也社長に話を聞いた。

（聞き手 宮本美智子）

——就任当初掲げていた目標、それに対しての進捗は

「伝統と革新」をテーマに、「繋がり」を原動力に未来の可能性に挑戦」という新たな経営方針のもとスタートした。

弊社は118年目に入った

が、歴史の重みを感じるとともに、培ってきた技術や、積み重ねてきた伝統を未来に残していくことも私の役割だと考えた。弊社は、1907（明治40）年に5つの蔵が集まって「大阪造酢合名会社」となったが、それより以前の1893（明治26）年開

催のシカゴ万博に出展し、「名誉金牌賞」を受賞した。酢の製造も合理化される中で、紡いできた技術を伝承するには何かを作らないといけない。そこで、このルーツである酢を復刻しようと

考えた。ヒアリングを重ねる中で、昔の技術や作り方を研究する必要がある、弊社にとっても繋いでいくという部分で良いきっかけになった。大阪・関西万博への出展は、名誉金牌の発売をはじめとした「伝統と革新」を改めて表現する良い機会となった。

——大阪・関西万博へ出展しての所感は

事前予約制の「寿司握り体験」を行い、対象者を絞ったイベントも実施。外国人向けイベント（写真



の部分を感じてもらえたと思う。また、「すしのこ」を使えば、非常に手軽にすし飯ができることも訴求できた。大阪だと家庭で「た

大阪・関西万博の出展で食の理解促進

アップにもつながったと思

う。我々の万博出展は5回目になるが、万博を通じて成長してきたという歴史もあるので感慨深いものがあった。

——海外事業の現状は

現在、世界的に寿司の市場規模が拡大しており、現地でも酢への関心が高まっている。海外事業部については、過去には戦略が難航し工場を引き揚げたこともあったが、現在は北米やヨーロッパ、オーストラリア、アジアなど約50カ国に輸

下）では、日本食が注目されていくということもあり、自分で握ることで食への理解を深めるきっかけにできた実感した。親子向けでも同様で、一緒に作って食べる喜び、親子での絆

従業員が、お客様と直接コミュニケーションを取ることで、自分たちの業務が何にどうつながっていくかを実感できたのでは。ご両親が見に来られるなど、モチ

こ焼きパーティー」をする文化があるが、そこに「寿司パーティー」も選択肢に加われば嬉しい。また、万博ブースの運営は、弊社の従業員がローテーションで担当した。自分たちの商品がどれだけ愛されているか、消費者の声をダイレクトに聞けるよい機会になった。普段はデスクワークの従業員が、お客様と直接コ

コミュニケーションを取ることで、自分たちの業務が何にどうつながっていくかを

実感できたのでは。ご両親が見に来られるなど、モチ

鰹節屋・だし屋、ヤマキ。

Yamaki, the Katsuobushi & Dashi Company.

切り節カテゴリー
15年連続
選ばれて
No.1

ヤマキ株式会社

〒101-8626 東京都千代田区外神田4-8-2
TEL:03-3251-1398 FAX:03-3251-1489

「徳一番」花かつお70g

めんつゆ500ml

割烹白だし500ml

※ インターテックSC1第9期カテゴリー2010年4月～2025年3月購入金額

ニッポン
4年連続「This is MECENAT」に認定



THIS IS
MECENAT
2025

「ルナ・フローラ」とは、ジュンコ・フローラ・スクール (<http://www.junco.jp/>) で学べる粘土で作る独創的で精巧なクレイフラワーのことで、最大の特長は、型を使わず花びらや

ニッポンは16日、ジュンコ・フローラ・スクールの「ルナ・フローラ」に対して行っている支援活動が、企業メセナ協議会の実施するメセナ活動認定制度の「This is MECENA T 2025」に認定されたと発表。同社が同制度に認定されたのは、2022年度から4年連続となる。

「ルナ・フロラ」は、展示会の実施や積極的なボランティア活動、地域の交流イベント等に活動の輪を広げている。

「This is MEECE NAT」は、企業メセナ協議会がメセナ活動を認定する制度。企業のメセナ活動を広く周知し、その社会的意義を示すことを目的として、毎年同

葉を二枚一枚指先と手のひらで成形すること。23年からは、知的障がいのある人の就労体験を通じた地域の交流イベント「番町SJEマルシェ」でワークシヨップを実施し、その収益を障がい者福祉に寄付してきた。今年、千代田区が官民連携による高齢者の日常生活支援を推進するための「ちよだアクティブシニア塾」でも教室の開催を予定している。

1960年代、ラテンアメリカでインディオの人々が作る「おもちゃのお花」からインスピレーションを得たジュンコ人見は、全く新しい発想の「彫刻的な花」を生み出した。それが、クレイフラワーの原点「パンの花」。この独創的な花は、テレビ、新聞、雑誌に取り上げられ、一躍脚光を浴びた。

(下)

協議会が「これぞメセナ」という活動を選定している。

同社は、「ルナ・フローラ」の創始者、ジュンコ人見が生み出した「パンの花」の原料である小麦粘土を1970年に開発し、製造・供給していた。小麦粘土の製造終了後も活動に賛同し、1993年にジュンコ・フローラ・スクールに資本参加して以来、支援を続けている。

《ジュンコ人見の活動》

出を展開している。また、主要2箇所に生産拠点を構え、現地供給体制も整えている。酢の海外需要の高まりに応えられるよう、輸出体制の基盤をしっかりと作り、海外展開の戦略を立てていきたい。

——「すしのこ」について若年層をターゲットにしたPRを強化しているスパイスとしてポテト

チップスにかけることを訴求するなど、商品をまず知ってもらうことに注力している。そこから、「実は寿司を簡単に作れるものなんだ」と入っていく流れを想定している。日本の場合、回転寿司もそうだし、スーパードにも美味しい惣菜の寿司があつて、作るよりも安く早くて便利だ。その中で、家庭で寿司を作る

ということに、体験みたいな楽しさ、エンターテインメント性が必要だと考えている。万博で実施した「寿司握り体験」でも、個人によつて握りの個性が出たりとか、そういうのも一つの楽しみになる。

——来年2026年は、「はちみつ黒酢ダイエツト」が30周年を迎える商品の購買層が、30代後

半から40、50代になっており、20代をすっかり取つていく企画戦略が必要。今年は、新しいチャレンジとして、アルコルタイプの「ほちみつ黒酢サワー」を出した。嗜好品と健康を組み合わせた、「革新」の取り組みの一つでもある。20代の取り込みにも成功しており、好調に推移している。周年企画についても検討中だ。


in



考え抜ける身体を作ろう。



楽しめる身体を作ろう。



低糖類ゼリー
ジュニア エネルギ
in ENERGY
1食分の
カルシウム
+ ビタミンD
+ 鉄分
+ フドウ糖
りんご味
果汁10%未満
160kcal
100gあたり
2000mgあたり
1食分のエネルギーは2000mgあたり
1食分のカルシウムは2000mgあたり
1食分の鉄分は2000mgあたり
1食分のビタミンDは2000mgあたり

こどもたちの、エネルギーと栄養に。

inゼリー
ジュニアエネルギー

新登場

森永製菓株式会社