



トップ直撃インタビュー

西京味噌

本田純也社長

若手人材や新工場武器に次世代へ

【大阪】天保元(1830)年に京都府京都市内で創業した西京味噌。父親である本田茂俊氏(現会長)から襷を受け、25年8月に第八代社長に就任した本田純也氏に話を聞いた。

(聞き手 宮本美智子)

——社長としてのミッションは

2004年に入社し、当時から社長のバトンを受け心づもりだった。入社して驚いたのは、ITインフラが進んでいないなど以前勤めていた会社との差があった。例えば採用活動も情報発信ができていないなど、進めていくべきことはたくさんと見えてきた。2000年近く商売を続けてきたので、自分の代で絶やすことなく、次の世代につなげていきたい。

——国内の味噌の出荷量、消費量の減少が続く中で、どう対応するか

国内は少子高齢化、人口減なので、胃袋の数が減り、胃袋も年老いていく。需要そのもの

が戻ることは環境的にはあり得ないと考えている。私が入社したころは、味噌メーカーは約1900社あったのが現在は800社ほどと半数以下になっている。需要に対しての企業数が多い実態があった。自然淘汰された企業もあると思うが、一方で二極化で大きくなっていくメーカーもある。上位集中化の波の中にどう入っていくかを考えていく必要がある。我々の強みとしては、白みその専業でマーケットのシェアは持っている。また令和2年に丹波醸房・綾部工場を新設し、時代に合わせた自動化、省力化を図っている。

夏は暑く冬は寒いが、誰もが働きやすいよう全館空調を設備。荷物についてもアームロボットが積み込みを行うなど、「味噌屋の仕事はきつい」という印象は払しょくできていくと考え

る。私が入社してから、新卒を積極的に採用しており、現在の工場の平均年齢は30代と、他社と比べても若い。新工場や、若手人材の確保などが、今後武器となっていくと考える。

——2025年10月に初めて京都府内の小学校で食育の授業を行った。開催の経緯と反響は

綾部市で行っている味噌づくりを、市内の小中学生にも知ってもらおうと、若年層への食育を行うこととなった。味噌づくりに携わる若い従業員が、子どもたちに向けて「味噌の消費量減少をテーマとする課題解決型授業」を行った。実際に綾部工場を見学してもら

い、味噌の市場や味噌づくりの工程を学んでもらった。参加者は積極的に味噌について考えてくれていたが、朝食に味噌汁を食べる環境がないということを実に感じる機会にもなった。

——西京味噌の需要について

京都風の白味噌を使った雑煮の需要が高まり、12月は一年でも最盛期となる。家庭用としては、白和えや酢味噌などに使われている。売り上げの半数を占める業務用では、西京漬けの漬け魚が多い。ただ魚はや

や減少傾向になっている。一方で畜産は原料が安定していることもあり、好調。肉については、2017年に業務用商品で微粒仕立ての白みそを発売した。人手不足が顕著になる中で、味噌漬けを効率化できる商品として、現在も順調に動いている。

——味噌の海外輸出は伸びているが、御社の海外についての取り組みの現状は。また今後の展開について

15~16年前から輸出事業を行っており、現在は25~26カ国で展開している。ア

メリカや中国、シンガポール、マレーシアなど。中東などからの引き合いも増えている。海外では、外資系のフュージョンレストランの展開が進んでおり、客単価は4~5万。そのコースに銀鱈の西京漬けが入っているケースが多い。海外事業については、コロナの影響でコンテナが止まるなどカントリーリスクがあり、輸出でトラブルが起こることもある。今後については、社全体の売り上げを上げながら、海外事業はそのうち1割というバランスを保って進めていきたい。

DAIWA CAN SOLUTION & INVENTION

日本酒をお洒落に

日本酒ボトル缶

180ml (コップ付) 300ml (コップ付) 300ml (スリム形状) 500ml

日本酒ボトル缶商品化フロー

Good Point! /

- 遮光性: 日本酒を光から守ります
- 熱伝導性: 熱も冷やも! 夏の暑さはキップを効かせてください

ボトル缶で日本酒を活性化します

大和製罐株式会社 TEL: 03-6212-9700 (代表) FAX: 03-6212-9770 (代表) www.daiwa-can.co.jp