

新 地場企業 群像

老舗の総合調味料メーカー。日清食品の即席麺スープや三菱商事ライフサイエンス向けの業務用調味料を中心に、全国約200社から相手先ブランドによる生産(OEM)を受託する。調味料のレシピは約5万種類あり、製品群は粉末、顆粒、液体の3タイプ。用途は各種スープやだし、素、お茶漬け用など幅広い。袋詰めして出荷する。企業の要望に応じ、サンプルを即座に提案できるのが強みだ。新商品の開発やリニューアルを手伝うこともある。



粉末調味料を袋詰めするライン

味日本 (広島市南区)

調味料幅広い用途対応

新型コロナウイルス禍による巣ごもり需要で、家庭向け商品用の受注は伸びている。健康志向の高まりもあり、ドラッグストア向けの栄養機能食品、粉末清涼飲料、粉末プロテイン飲料も増加。多様化する企業ニーズに応えている。

1926年に設立し、うま味調味料のグルタミン酸ソーダの製造を手掛けていた。2016年には、OEM

《会社概要》本社は広島市南区皆実町。1926年に鈴木商店として設立。37年に味日本製造を合併し、65年に現社名になった。製品は本社工場で生産する。従業員は354人。2021年3月期の売上高は142億7千万円。

Mで培った技術を生かして地元産の煮干しいわしと国産シイタケ、かつお節などをブレンドした自社ブランド商品「広島産 大羽いりこだし」を発売。量販店で販売している。品質などが評価され、20年に広島市が認定する特産品「ザ・広島ブランド」に選ばれた。

西野宏社長(62)は「食の安全安心を第一に、生産性向上にも力を入れている」と語る。品質保証部を社長直轄とし、製品だけでなく仕入れた原料の安全性確認も徹底。その上で、自社の技術で設備を定期的に改良し、省人化も進めている。

今後、プライベートブランドを拡充している大手量販店向けの調味料やスープの製造を一層強化する。西野社長は「蓄積した生産ノウハウや技術力を生かし、今後も全国の食卓に笑顔をお届けたい」と話している。

(小川満久)