

ひょうぶこ企業探訪

2019 学生が聞く

③

蒸し豆で圧倒的シェア

煮豆・昆布メーカーのマルヤナギ小倉屋（神戸市東灘区）。袋入りのとろろ昆布やカップ入り昆布つくだ煮など業界初の商品を世に送り出し、他社に先駆けて開発した蒸し豆は圧倒的なシェアを誇る。甲南大の藤田順也准教授のゼミ生が、柳本一郎社長を訪ねた。

「どんな製品を販売していますか。」

「煮豆やつくだ煮などが主力ですが、今は蒸し豆が売り上げの4分の1を占める第三の柱に育っています。日本人の食生活の最大の問題点は、食物繊維不足。うちは昆布やフキなど繊維が豊富な食品を扱っており、食べやすい形で安く提供したい。繊維が多いもち麦の市場開拓も進めています」

「蒸し豆が伸びている理由。」

マルヤナギ小倉屋（神戸市東灘区）

柳本 一郎社長（65）



柳本一郎社長（左）に話を聞く甲南大3年の森一輝さん。神戸市東灘区御影塚町4、マルヤナギ小倉屋

由は。

「15年前に蒸し豆を商品化しました。それまで豆製品的主流だった水煮は、栄養分が水に溶け出してしまう。蒸し豆はおいしくて栄養があり、生産が追いつかない状態です」

養価が高い点が評価されたのでは。今年1月以降、市場全体では蒸し豆の販売金額が水煮を上回っています。自社はシェアが約70%

「2年前に米国への輸出を始めました。現在、食品スーパーやヨガスタジオなど約500店舗で販売して

輸出もしています。」



マルヤナギ小倉屋の蒸し豆製品（同社提供）

メモ

1951年神戸市灘区で創業。社員数320人。2018年7月期の売上高は95億円。19年春の採用は14人、20年春は20人を予定。神戸市東灘区御影塚町4の9の21。☎078・841・1456



「加東市と連携協定を結び、使用するもち麦の国産化に取り組みます。もち麦は蒸し豆に次ぐ商品に育てたい。消費者が求める良い原料を栽培してもらっただけでなく、高齢化や担い手不足など、農家が抱える課題の解決にもつなげられればと思っています」

「新たな取り組みは。今年の上高は100億円を突破しそうです」