

# ミツカン 田中 力代表取締役社長インタビュー

## 「変革と挑戦」を繰り返すミツカン 食酢・ぼん酢・つゆ・鍋つゆで国内トップシェア

「ミツカングループ」(本社・愛知県半田市)は創業二百十余年。「酢の会社」と思う人が多いが、国内の酢の売り上げは全体の「割強程度だ。」「メまで美味しい鍋つゆシリーズ」「味ぼん®」「追いがつお®つゆ」などは国内シェアトップの売り上げを誇り、総合食品メーカーとも言える。グローバル化も進め、攻めの経営を続けるミツカン。一昨年十一月、ミツカンの代表取締役社長に就任した田中力さんにミツカンの今を聞いた。

——主力商品の国内シェアはとも高いのに、攻めの経営を続けられます。

**田中** 「ミツカングループ」の二百十余年の歴史は変革と挑戦の繰り返しで、常に新たなチャレンジをしてきた歴史は、グループの「企業理念」(後述)そのものです。国内シェアは、食酢が約六割、ぼん酢も約六割ですが、お客様の

ニーズに応える新商品を、基本的に毎年春と秋に出します。

平成九年に納豆事業に本格参入しましたが、常に新商品を開発しています。十二年には、納豆特有の気になるにおいを抑えた『金のつぶ』におわなつと『や、納豆業界で初めて特定保健用食品の許可を受けた『金のつぶ』『ほね元気』』を発売、たれの小袋とフイ

ルムを無くした商品や、ふたを折ってたれをかける『金のつぶパキッとたれ』などを次々と発売。ミツカンの納豆は業界シェア二位となり、酢に引けをとらない売上を誇る主力商品にまでなりました。

昭和三十九年発売のぼん酢「味ぼん®」も、変わっていないように見えますが、消費者のニーズの変化に合わせてつと既存のお客様にもご支持いただける味の改良を行っています。

——御社のホームページのメニューサイトは、早い時期からとても充実していますし、テレビコマercialも新メニューを提案するものが目立ちますが。

**田中** 「味ぼん®」は、日本の

家庭で鍋物に使われることが多い商品ですが、どうしても消費が冬にかたよっていました。そこで鍋物以外の「味ぼん®」の活用法を伝えるため、コマercialなどでメニュー提案を行い、年間を通じて売れるようになりました。酢も様々な方法でご家庭での「手巻き寿司」や「フレッシユピクルス」などをメニュー提案したことで、売り上げ拡大につながりました。

ミツカンはお客様とともに成長してきた会社です。おいしさにこだわり、諦めずに挑戦し続けてきました。失敗からもノウハウを学び、ピンチをチャンスに変えてきたことが、こうしたさまざまな戦略に

もつながっています。

### 「企業理念」を貫き続けて

——社長に就任して一年余りが過ぎました。

**田中** 長年、生産部門(チルド生産統括部、栃木工場長など)で働いており、営業やマーケティングの経験はありませんでした。現在は、就任前にイギリスで事業全体について学び経験したことも活かしながら仕事を進めています。ミツカンが永遠に守るべき企業

理念は「買う身になって まごころこめて よい品を」と「脚下照顧に基づく現状否認の実行」です。私もこれを貫いていこうと考えています。現在は、グローバルに事業展開していますが「ミツカンらしさ」を海外のミツカンにも広げていければと考えています。

——社長が考える「ミツカンらしさ」とは？  
**田中** 「企業理念を貫く」ということです。社員により深く理解してもらうため、昨年「ポリシー」

を作りました。これはホールディングス役員が議論に議論を重ねて作り上げ、現在各エリアに展開しているものです。企業理念を個人の行動に落とすため、一六の主要な業務を対象に制定しました。

例えばマーケティングなら「おいしさも、価格も、健康も」としました。これは、お客様が求めているおいしさと健康を正しく理解して商品設計に組み込み、それをお客様が価値と感じる価格で提供できるように追及していく」というものです。各業務でそれぞれのポリシーがあるので。

これを日本国内だけでなく海外でも、そして正社員だけでなく、パート従業員にも理解してもらい、日々の業務に活かしてもらえようとしています。まずは私が責任者である日本+アジア事業でこのポリシーの理解を促進し、日々の業務に活かせるようにしていきたいと考えています。

### グローバル化も推進

——平成二十四年から二十五年にかけて、イギリスの食品三ブラ

ンド、二六年にはアメリカの二つのブランドがグループに加わりました。海外の会社にも「企業理念」は受け入れられるのでしょうか。  
**田中** 日本の企業にとって、グローバル化は避けて通れないものです。ミツカンが傘下にしたブランドはどれも、それぞれの国での認知が高く慣れ親しまれています。急速にグローバル化が進行しているからこそ、環境変化に適切に対応する必要があります。「ミツカンらしい経営による永続的な成長」を目指すには、この企業理念を海外においても実践していかなければならないと考えています。

世界にはその土地が育んだ食文化や食習慣があります。それらを重んじて、地域文化を活かしながら「ミツカンらしさ」という共通の価値観で世界を束ね、おいしさを広げていくことが、ミツカングループの目指すところです。またそれが、限らない品質向上による業務向上につながると考えています。



田中 力(たなか ちから)  
昭和40年生まれ、愛知県出身。名古屋工業大学工学部卒。平成11年、中壱酢店入社、生産部。18年、三木工場長(チルド)。21年、ミツカングループ本社執行役員。27年11月からミツカン代表取締役社長兼CEO。