

# インタビュー

## 成長を見据え新市場に挑戦

### 奥野製菓工業株式会社

#### 代表取締役社長 奥野 直希氏

来年、創業120周年を迎える奥野製菓工業では、奥野直希氏が新たに代表取締役社長に就任した。新体制をスタートさせ、2025年度中までに売上高400億円の達成を目指す。食品部門、表面処理部門、無機材料部門を横断した新事業の創出や、BtoC事業の立ち上げ、さらに海外輸出の強化など、目標達成に向けて着実に動き出している。今回奥野代表取締役社長に、今後の成長戦略などについて話を伺った。

——ご経歴を教えてください。

奥野 大阪教育大学を卒業後、3年間小学校教師を経験し、奥野製菓工業には2009年に入社しました。海外の協力を会社で欧米の商文化を学び、12年からは奥野インターナショナル(米国)の立ち上げ(ミシガン州)の立ち上げ

に携わり、4年間駐在しました。17年には奥野製菓工業から当社のお客さまにあたる企業に移り、経営者として奥野製菓工業に戻りました。21年には執行役員として奥野製菓工業に戻りましたが、25年3月期まで400億円、食品部門を立ち上げました。

——今後の売上高目標はありますか。

奥野 現在の、当社の年間売上高は約300億円ですが、25年3月期まで400億円、食品部門を立ち上げました。

——BtoC向け商品にはどのようなものがありますか。

奥野 昨年は3商品を開発し、クラウドファンディングサイトで販売しました。ポリリッピンを配合したアルコール除菌剤、家庭向けの果実用消毒剤、赤酢の3品です。

——海外輸出の体制を強化されているように思えます。

奥野 海外輸出の体制を強化されているように思えます。食品部門のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた

シア圏は経済成長に伴い食品消費も伸びています。このため、まずはアジア圏を対象に輸出を強化しています。

——国内の営業部が持つべき役割は、輸出を強化するにあたり、国際的な食品営業部門を設け、体制を整えたいと考えています。

奥野 海外でシェアを獲得するには、規格基準や各国の嗜好性、流通形態への理解を深めることが重要だと考えます。たとえば東南アジア圏では、米飯はチルド流通が一般的です。これに対し

当社は、チルド流通でも米飯の柔らかさを維持できる製剤や、流通温度を上げても菌数を制御できる日持向上剤を開発しています。

——ハラル対応にも注力されていますね。

奥野 昨年7月には食品部門のメイン工場である、タイの製菓工場を製造している製品で合わせ、ハラル対応製剤を多数取り揃えています。

——ハラル認定取得前は、アジア圏に工場を持つ日系食品メーカーに対し、日持向上剤を販売することが主でした。認定取得後は、現地の食品メーカーに対する提案も増え、

改良小麦タンパクを用いた品質改良剤や米飯向け製剤が柱となりつつあり、アジア圏を強化しています。

——冷凍食品向けの製品に注力されている背景は、

奥野 冷凍は、制菌剤などの添加物を使用しなくても食品を長持ちさせることができ、ある意味当社と相反する技術ともいえます。しかし、冷凍と当社の技術を掛け合わせ、従来にはない新しい冷凍食品を開発できれば、市場を拡大させる契機になると考えます。

冷凍食品の品質は年々上がっていますが、いまだに冷凍が難しい品目は多くあります。たとえば冷凍寿司は、ネタが凍ると溶けてしまうため、解凍する必要がありますが、常温で解凍するとシャリの食感が損なわれます。そこで当社は常温でもおいしく解凍できる冷凍米飯用改良剤を開発しました。このほかにも、鶏皮や凍実、卵加工品など、さまざまな品目における冷凍時の課題に対応した製品を取り揃え、「トッピング」や「ストロフーズ」シリーズとして打ち出しています。

また当社の製剤と特殊冷凍機「NICER-01」を組み合わせた提案も行っています。これは冷凍

機メーカーから、装置と製剤を組み合わせたより包括的な提案ができないかという相談を受け、ここから開始した新たな取り組みです。

——食品部門における製剤の開発方針について

奥野 当社にしか作れないオンリーワンの製品を開発を進めるとともに、ハラルやクリーンラベルなど、市場のニーズにも柔軟に対応していきたいです。

また今後は、外食産業や宅配食といった市場にも積極的に参入していきたいと考えています。その第一歩として昨年、日本フードサービス協会と大阪外食産業協会に加入し、PRや情報交換を進めています。

——社長就任の抱負をお願いします。

奥野 当社の売上のうち約7割は表面処理部門が占め、食品部門は割合が小さく、残りが無機材料となっています。売上高400億円を達成するためにも、食品部門での売上額を増やしたいと考えています。当社の本格的な柱となる規模まで拡大していきたい所存です。当社の製品があるから安心して保たれるという安心感が保たれるようにしていきたいと考えています。また当社の製剤と特殊冷凍機「NICER-01」を組み合わせた提案も行っていきます。これは冷凍



奥野 すでに製品化が実現した例として、農業用活性剤があります。当社が扱う食品添加物のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた

奥野 海外輸出の体制を強化されているように思えます。食品部門のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた

奥野 海外輸出の体制を強化されているように思えます。食品部門のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた

奥野 海外輸出の体制を強化されているように思えます。食品部門のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた

奥野 海外輸出の体制を強化されているように思えます。食品部門のなかには、農作物の成長を阻害する微生物を制御する動きや、作物の根張りを向上効果を持つものがあり、それらを活用して開発しました。食品添加物として安全性が担保されている点も評価され、昨年の品を上市して以降、多くの引き合いをいただいた