

キムチの質を極めて、 オンラインワンメーカーを目指す

株式会社美山

(株)美山は、日本を代表するキムチメーカーの一つだ。千葉大学と共同研究を進め、800億個の植物乳酸菌入りキムチを開発するなど、健康に役立つキムチの機能性を追求。さらに、カブやトマトを使った期間限定販売の「旬の野菜のキムチ」といった品質にこだわった新商品の開発で、新たな客層の掘り起こしにも取り組んでいる。

社長自ら 長年にわたり研究開発

韓国の代表的な伝統食品である「キムチ」。今や日本の食卓でもすっかりおなじみだろう。船橋市に本社を置く(株)美山は、キムチ専門メーカーとして国内トップクラスのシェアを誇る。本格派キムチから健康志向のキムチまで、約40種類もの豊富なラインナップを揃え、専業ならではの独自の地位を築いている。創業は1970(昭和45)年。

当初は、サキイカなどの海産珍味を卸売りする「美山商店」としてスタートした。しかし、海産物の仕入れ値の高騰などもあり、やがて漬物の販売にも着手



りんごの甘味と塩辛のうま味に植物乳酸菌を加えた、まさに美山の「イチオシキムチ」



白菜の芯抜きや水分抽出などの専門機の開発など、早くから工場の自動化に取り組んできた美山が2013年10月に竣工させた成田工場。最新鋭の設備により、月間400万パックを生産する

する。

「漬物は伝統食品だけに競合も多く、後から参入して大きく伸びるには厳しい市場です。美山ならではの特徴を出さなければいけない。試行錯誤しているうち、取引先に薦められたのがキムチでした。それまでの日本の

路を拡大していったのだった。

植物乳酸菌を 強化した商品がヒット

現在、美山が生産しているキムチは、すべて小売店向けの市販品。大手スーパーなど全国約1万2000店舗で販売している。商品の約70%は自社ブランドだが、残りの約30%はOEM。生産ラインの安定化のため、スーパーのプライベートブランドなども扱っている。

商品の約80%は国内生産で、2014(平成26)年から本格稼働した成田工場が主力となっている。機械化を進めた同工場は、月間400万パックの生産が可能で、主に大ロット商品を生産。一方、01年には、ほかのキムチメーカーに先んじて中国での生産もスタート、本場の韓国にも生産拠点を設けた。

「日本工場には生産の安定性や小回りのよさ、中国工場にはコストの安さ、韓国工場には味などの品質のよさといった長所が、それぞれあります。取引先のニーズに応じて、適した工場を使い分けています」

キムチ作りで長年追求してきたテーマは、「安心・安全」「お

いしさ」「リーズナブル」だ。とりわけ、化学調味料や合成甘味料を使わず、「天然素材だけで作ったキムチ」を目玉にしている。原料も厳選しており、例えば、野菜は、日本・中国・韓国の各工場で製造する商品に適切な品種を、契約栽培して仕入れているという。

最近、それらの三本柱に加え、「健康寿命を延ばす」ことを、キムチ作りのモットーとして掲げるようになった。

「韓国には、昔から『医食同源』という思想が根づいています。韓国生まれのキムチも、ビタミンやミネラルなどの栄養素はもろろん、植物乳酸菌の宝庫で、高齢化が進む今、日頃の健康作りにも役立つのではないかと考えました」

健康へのキムチの効果については、7年ほど前から千葉大学と共同研究している。その結果、見出されたのが「LB27」というキムチに含まれる植物乳酸菌。そこで、15年11月からLB27を800億個入れた「イチオシキムチ」を発売したところ、消費者に大人気で、同商品を生産している成田工場は生産量が前年比20%もアップしたとい

食卓にはない味で、日持ちもする。展開の仕方次第で、これは行けると思ったのです」(大山社長)

食の多様化が進みつつあった70年代当時、キムチは一般に知られるようにはなっていたものの、現在ほどには普及していなかった。おいしいキムチができれば、美山商店の「売り」になると見込んだのである。それは、販売だけでなく製造をも視野に入れた事業プランだった。とはいえず、キムチ作りには悪戦苦闘した。



大山一社長

う。同商品は、これまでの研究データを踏まえ、近々「機能性表示食品」としての許可を消費者庁に申請する予定だ。

原料や味にこだわった 高級ラインも拡充

日本のキムチ市場は、昨今の日韓の関係悪化などが影を落とし、縮小傾向が続いている。しかし、大山社長は、「キムチ作りは奥が深く、やるべきことは、まだ山のようにあります」と意気軒高だ。

「日本の小売店では現在、低価格で、即席で作った甘い味のキムチが主流です。しかし、本格派のキムチを求めめるお客様も少なくないはず。例えば、高価格帯でも、味にコクのあるおいしいキムチなら、シニアのお酒のおつまみなどにニーズがあるでしょう。そうした新しいゾーンを開拓し、キムチ市場を盛り上げたいですね」

大山社長は、「おいしいキムチを出す」と評判の東京・日本橋の韓国料理店を紹介してもらい、足しげく通って、何とか秘伝のレシピを教えてもらおうなどして工夫を重ねた。ようやくキムチの初出荷に漕ぎ着けたのは、77(昭和52)年のことだったという。

もともと、これは同社がキムチ専門メーカーとして頭角を現す、いわば前段の話。80年に株式会社へ組織変更を行い、83年に漬物の専門工場を市原市に設置。その後、工場を木更津に移転し、そこでキムチの製造を本格的に開始するのは、93(平成5)年のことである。

「キムチは漬物の中でも発酵過程が複雑で、その分、味に深みが出るのですが、同時にそれは生産管理の難しさも意味しています」

その難しさを一つひとつクリアし、安定的に「安全・安心な、日本人の好みにも合う、おいしいキムチ」を製造するには、それだけの助走期間が必要だった。この間、大山社長自ら研究・開発を進めると同時に、千葉県内の大手スーパーや大手漬物卸を回ってキムチを売り込み、販

高級志向商品としては、塩辛や唐辛子、白菜などの原料にこだわった特撰キムチシリーズも揃えている。「1週間発酵させたエビの塩辛」や、うま味を生み出す酵素の研究を続けるなど、味の追求には余念がない。また、キムチに季節野菜を使う韓国にない、カブやセロリ、トマト、小松菜などを素材にした、期間限定販売の「旬の野菜のキムチ」もラインアップする予定だ(君津工場で生産準備中)。

成田工場には約500坪の研究施設も併設する方針で、商品開発力をより強化する。「商品価値に磨きをかけ、5~10年後には、キムチメーカーとしてオンラインワンの存在になりたいですね」と、大山社長は胸を張る。美山の変貌ぶりを、今後も注目していきたい。

会社概要

設立 1970(昭和45)年
代表者 大山一
所在地 千葉県船橋市葛飾町2-3-40
資本金 1000万円
売上高 51億1000万円
(16年2月期)
従業員数 90人
事業内容 キムチの製造・輸入販売
(千葉銀行取引店 松戸支店)