

醸造酢および関連調味料の 多品種、小ロット、オーダーメイド対応による競争力強化

株式会社 とば屋酢店

【対象類型】

ものづくり技術 設備投資のみ

【競争力強化の形態】

小口化・短納期化

【目的】

商品開発



1／導入した半自動ろ過機。洗浄などの作業工程が減った上、100リットル程度の小ロットの処理が可能になった 2／アルコール濃度測定器。発酵の最適条件の研究を自社で行う必需品だ 3／半自動ろ過機や麹発酵機の導入は、既存の商品の品質向上にもつながっている

麹作りも自社で完結、効率アップで小回りの利く体制に。

飲食店や、地域の農業団体などとの調味料開発を視野に、4種類の機器を導入した。

株式会社とば屋酢店は、純米酢、ポン酢をはじめとした約30種類の商品をそろえるが、近年、とば屋の酢をベースに依頼主のこだわりを反映したオリジナル調味料の開発依頼が増えてきた。例えば、ある料理の味付けに合う酢や、特産野菜が入ったドレッシングなど。飲食店の競合や地産地消を背景に、需要は高まる傾向だ。

導入した半自動ろ過機は、工程のほとんどを機械が

担い、調整や洗浄作業に熟練度がなくなった。これまでの半分の最低100リットルという小ロット製造も可能になった。

麹発酵機は、酢の原料となる麹の自社生産を実現。多様な麹を使った醸造に可能性を広げた。アルコール濃度測定器も導入し、研究開発をワンストップ化。液体じゅうたん充填機は、ほぼ手作業だった業務用商品の充填工程の負担を軽減した。小回りが利き、付加価値の高い生産体制が整った。

99%を自社生産化 麴の力、より強く。

原料となる麴を99%自社生産でまかなうため、麴の力を最大限に引き出した状態で仕込める。麴そのものの販売も始めた。減少する地域の麴の作り手となる展望もある。

コンサルティング営業で 付加価値高める。

顧客のニーズに合わせた調味料の提案だけでなく、商品デザインや料理の提案といったコンサルティングの要素を取り入れた営業を展開し、付加価値を高めたサービスを実現したい狙いがある。

ウェブサイト一新 BtoBで販路開拓。

ウェブサイトを経由して全国の企業にアピールするBtoBダイレクトマーケティングを重視している。自社サイトを一新し、醸造の様子やこだわりなどを詳しく掲載。販路開拓を目指す。

ものづくり専門員から一言

時代のニーズ 捉える意欲に注目。

健康志向の高まりで、発酵食品である米酢や食酢関連調味料への関心も集まっています。顧客のニーズに合わせた味、製造ロット、短納期の実現は、中小企業ならではの小回りを利かせた意欲的な取り組みです。

こんな
会社です！

江戸時代から受け継ぐ 壺仕込み。

弊社のお酢は、口当たりが優しく、深いうまみ特徴です。すし屋をはじめとした地元のお客様はもちろん、県外、海外の方にも喜んでいただいています。この味は、工場内の室という専用の場所で、お酢の「もと」を1〜2カ月かけてゆっくりと発酵させて生まれます。発酵には大きな壺を使い、温度を保つために壺の周りにもみ殻を敷き詰めてあります。これは、江戸時代から代々受け継いできた製法です。昔ながらの製法がもたらす伝統の味を、これからも守り続けたいです。



室には30の壺が並び、それぞれ200〜300リットルを仕込む



本店外観

株式会社 とば屋酢店

代表者名：代表取締役社長 中野貴耀
設立年月日：平成2年8月10日（創業は宝永7年）
資本金額：1,000万円 従業員数：10人
業種：食酢・調味料製造販売
企業規模：平成26年度売上高 1 億円

〒917-0232 小浜市東市場34-6-2

☎ 0770-56-1514 FAX 0770-56-2275

URL www.tobaya.com

E-mail sales@tobaya.com



取締役専務
中野貴之さん