

郵送でも借りられます！

# 常陽マイカーローン



# 茨城

# 伝統と小回りりで存在感

## 4 しょうゆ

「大手が量を広げてくれた海外のしょうゆメーカーで、現地の好みに合わせつつ、商品の質も上げていくのが僕たちの仕事」



創業三百一十六年の老舗「柴沼醤油醸造」（土浦市）十八代目の柴沼秀篤社長は、伝統の味と中小メーカーならではの小回りを利かせた輸出戦略を語る。

江戸、明治期の木桶（かじり）を使い、手作業で仕上げるしょうゆ造りが事業の根幹。変わらぬ姿勢は共感を呼び、年間売り上げ十四億円ほどと業界では決して大規模ではないながらも全国に固定客を持つ。

「価格は海外でも認められた。二〇〇九年にオーストリアで始めた少量の輸出が、今では世界二十五カ国、年間売り上げ三千万円に。「代々続くファミリー企業は安心」「味への思いが伝わる」。そんな評価が各国のバイヤーに連鎖した。

地域の好みに応じ、味を細かく変えられるのも少量生産の良さだ。「オーストリアでは強い塩気が、フランスでは照り焼きソースのような甘さが好まれる」と柴沼さん。社内で研究を重ね、最近では赤ワインとしょうゆを融合させた商品も考案した。

「価格競争をせず、和食のレベルを高める」ことも強みを生かす上で大切とい

## 各国の好みの味に

う。競争による値崩れを防ぐため、輸出先の貿易業者は「社限定。社員が現地スーパーで日本の家庭料理を実演調理し、ぼん酢などしょうゆ以外の調味料も紹介しながら、和食の奥深さを伝えている。

こうした手法が取れるのは、世界に和食が浸透し、質を追い求める時代に入ってきたから。柴沼さんは「和食はもうブームではない」と実感する。

ただ、しょうゆが和食だけの調味料とされ、欧米の料理に使われるにしても「隠し味」程度にとどまる現状には、壁を感じている。「微量の隠し味では大手との違いが分からず、う

ちの出番がなくなってしまう」

新開発の「赤ワインしょうゆ」は、大手との差別化を図る意欲の表れでもあった。

ニューヨークの高級レストランで基本の調味料として大量に使ってもらい、存在感を高めていく考えだ。



伝統の木桶が並ぶしょうゆ蔵。柴沼社長は「大手と違う感性を生かしたい」と話す―土浦市で