

日本経済新聞

6月24日

水曜日

だし・たれ製造のアイビツク食品(札幌市)は、新型コロナウイルス危機で急増する飲食店のテイクアウトや通販ビジネス参入を支援する。試作用のキッチン貸し出しや商品デザインの考案にとどまらず、完成した商品の売り場まで提供するなど丸ごと支援だ。商品開発拠点の「ラボ」は東京に新設し、顧客と二人三脚で売れる商品を開発する。

飲食店の物販丸ごと支援

アイビツク食品

新型コロナウイルスの感染拡大で飲食店は来店客が激減し、売り上げ減を補うための物販参入も相次いでいる。「政府の緊急事態宣言が解除されてから相談が急増した」(アイビツク食品の牧野克彦社長)。3～5月は前年同期の1.8倍にあたる100社近くがラボを訪れた。自粛期間が明けても来店客はすぐには戻らず、6月に入り問い合わせ

東京に開発拠点



アイビツク食品はだし・たれの他に惣菜やレトルト食品も作る

調味料や惣菜、売り場も提供



商品開発を担うラボも規模を広げる

をせはむしろ増している。さらに東京にも開発拠点を設置して全体で10人強を増やす。ラボには開発と営業の担当者を配置し、随時、顧客に新しい商品アイデアを提案している。物流コストを安く抑えつつ高級感を両立できる容器のサイズも助言し、パッケージデザインまで引き受ける。

飲食店が独力で、味が良く長期保管しても品質が劣化しない商品を作るのはハードルが高い。開発設備や要員の不足で断念するケースも多いとみられ、味を再現した上で調味料や惣菜、レトルト食品まで幅広く製造できる同社のノウハウが生かされるとみられる。開発期間は数日で済み、小ロットから対応する。

現状6人程度のラボの職員は近く2人増員し、は調味料や食品添加物の瓶が並ぶ。最近では全国の高級フレンチレストランからも料理に添えるソースを再現してほしいとの依頼があったという。飲食店にレシピを持ち寄り、希望に合わせて商品化する。すでにテイクアウトやデリバリー、通販の情報をまとめたガイドブックを製作し、ホームページなどで周知している。これをきっかけに商品開発の仕事が新たに受注するケースも出ている。開発した新商品はグループで販売の「コロン札幌」(札幌市)に置き、販売を支援する。

アイビツク食品も新型コロナウイルスの打撃を受けている。売上高の半分超を占める液体昆布だしだけでなく、近年は飲食店向けの新商品開発に力を入れていた。18年9月には札幌市内の惣菜開発企業を買収。人手不足で現場の作業を減らした飲食店のニーズに対応しよう

と、主力のだし・たれだけでなくカレーや惣菜の生産を増やしていた。工場内の新型コロナウイルス対策は徹底している。入り口には顔認証付きの自動ドアを導入し、5月末には1000万円を投じて室内の気圧を高めて外部の空気が流入するのを防ぐ陽圧室を整備した。病院や大手の食品工場では定番だが、中小企業が取り入れるのは珍しい。20年度は新型コロナウイルス対応で決算期を11月から5月に変更した。飲食店の物販支援だけでなくレトルト品といった家庭向けを拡大させてコロナによる減収分を補い、21年5月期は前年度並みの20億円売上高を目指す。(向野峻)