

(株) 米五

江戸時代から続くみそ製造販売「米五」(福井市)は、「和食離れ」でみその需要が減る中、インターネットを活用した小売りなど先駆的な取り組みで販路を開拓してきた。「老舗だからこそ新しいことに挑戦する」という11代目の多田和博社長(55)に、戦略を聞いた。(聞き手・酒本友紀子)

米五(福井市)
多田 和博社長 ①



自慢の新商品を前に「老舗だからこそ挑戦が必要だ」と語る多田社長(福井市で)



老舗の味＋ネット＝新規客

福井大学を卒業後、東京の大手電機メーカーに就職し、11年間、情報処理の技術職を務めた。家業を継ぐ気はなかったが、1991年、当時社長だった叔父に呼び戻され、基礎からみそ造りを学んだ。当社のみそは、大豆など原料の全てが国産。創業時から

7日経済面からの続き

同じみそ蔵で天然醸造しており、まろやかな甘みが特長だ。当時、売り上げの大半は飲食店や病院への卸売りだった。50年代以降「食の洋風化」でみその需要が減る中、問屋に頼らずに売る力をつける必

要があると考え、ダイレクトメールによる直販を始めた。96年にパソコン通信での直販を手がけたが、反応は鈍かった。消費者の好みを知ろう

と、ネット上でアンケートを取ると、40歳代に「いつもの味」にこだわる傾向がみられた。みそを食べ慣れていない世代に当社の味を覚えてもらえば、固定客になる。会社のホームページ(HP)を充実させて目を引くことにした。妻が考案した、みそを使った料理の写真とレシピをHPに掲載した。98年には、当時は珍しかったメールマガジンを創刊し、みそにまつわる豆知識などを紹介。みるみる売り上げが伸び、寝る間を惜しんでHPの更新にいそしんだ。

・ メ モ

創業は1831年。曹洞宗大本山永平寺(永平寺町)御用達として知られる。飲食店や病院などに業務用みそを卸しているほか、インターネット販売や醸造蔵に併設した直販店での小売りにも力を入れる。従業員はパートを含め16人。2011年度の売上高は約2億円。