

オーガニックや無農薬、合成添加物を含まない安心・安全な自然食品、化粧品などの卸売業をはじめ、オリジナル商品の企画、製造、通販向け商材の企画・開発を手掛けるTAC21。「手作りの美味しさに今後もこだわっていきたい」と語る同社代表取締役社長の田耕邦子氏に、昨今の自然食品業界について思うこと、オリジナル商品開発のこだわりについて聞いた。

— 昨今の自然食品業界について

医療保険制度のないアメリカではオーガニック系ショップやスーパー・マーケットが定着しています。しかし日本のマーケットは現状、それに遠く及んでいないのがやはり残念です。私が自然食品の小売店を開店した頃は、百貨店やスーパーの棚には添加物を使わない自然食品がほとんどなく、渋谷にあった自然食品店「天味」では、自然食品が販売され常に顧客で溢れていました。その後、無添加で健康に配慮した商品が徐々に増え、一部の商品は身近な店舗でも手軽に購入できる時代になり、市場が少しずつ拡がりはじめました。加えて1996年にスタートしたインターネットの幕開け、2006年のスマホやモバイル機器の普及、ネット通販の加速により、日本の物流は大きく様変わりしました。それは同時に従来の小売や流通を追い込む大きな要因となったともいえます。製造業はネット販売を利用し、直接ユーザーに向けての直販を行うようになり、力のある小売業はPB商品を持つ小売業へと進化、現在では卸業に頼らない手法を構築しつつあります。

今後生き延びていくためには、業界業

態に関係なく、いかに個性のある取り組みを行っていくかが、重要な鍵になるのだと思います。弊社も自社の強みを生かすとともに、他社に真似の出来ない独自路線を見出し、しっかりと足場を築いて行くことが最も大切な視点であると考えています。

手作りのおいしさを追求

— オリジナル商品について

今は卸のほか、オリジナル商品の製造にも注力しています。もともと私が20年ほど前からクルミとアーモンド、カシューナッツを粉碎して、毎食サラダにふりかけて食べていたものを商品化した『8種のナッツふりかけ』もその一つです。“こうすれば美味しいくなるかな”とキッチンで思い浮かんだアイデアを商品化。当社のオリジナル商品はほとんど、私のキッチンから生まれたものです。また4年ほど前より、地域の活性化を柱にした地元アカモク商品にも取り組んでいます。アカモク、ニンニク、唐辛子を入れた新商品『湘南スパイシーオリーブオイル』まで、既に20アイテムを商品化しました。当社ではアカモクの天日干しや袋詰め、野菜の皮むきや瓶詰めなど、全て手作業で行うことにこだわりをもっています。作り立てをすぐに瓶に閉じ込めて風味のよい商品に仕上げができるからです。手間隙を掛けることで大量生産の機械ではできない、“きめ細かな味、栄養に配慮した商品”に仕上げることに今後も努めていきたいと考えています。

