



加藤 尚彦 社長

◆(株)やきとりカンパニー(北九州市若松区)

アイデアと技術で新しい価値を生む

(株)やきとりカンパニーは、1967年にスーブやタレを作る会社として創業。現在では、無数の食品の中でも機械による量産、商品化が困難であった「焼き鳥」に特化し、照りとツヤが長持ちする「秘伝のタレ」と、焼き物の風味にこだわる「炭火焼きに極めて近い加熱方法」で他社では決してマネのできない独自の技術で商品を開発している。また、焼きたてを翌日全国の店頭へ並べるといって製造販売のシステム化を行い、商社、中央市場を通じてコンビニエンスストアやスーパーなど国内の販売流通体制の販路を確立してきた。企画・販売のユニークな発想で成長を続けた焼き鳥の老舗企業である。

の尻尾のうち、尾骨のまわりのわずかしが取れない貴重な部位だ。鶏の中でもっとも脂がのっている部位の一つで、プリプリと、とろける食感。鶏のトロとも言われ食通たちに愛されている。食品としては見向きもされていなかった「ぼんじり」に着目し、秘伝のタレと、独自の技術を駆使し、食品商材としての開発に成功した。

はいません。味付けを工夫すれば中国をはじめアジア圏でも必ず売れます」というのが加藤社長の持論。「急速に増大する中国大陸の富裕層は、日本の商品なら信頼性が高いとして、少々高額でも買う時代になっている。日系スーパーやデパートでは、既に日本文化の商品人気は非常に高く、これからもさらに需要が見込めるだろう」と分析している。

新商品も次々に開発してきたなかで、最近ではヒットの原点に返り「ぼんじり」の価値を見直している。コンビニの普及により、「温めて食べる」という常識を覆す「冷やしておいしい」という新感覚の「ぼんじり」商品にじわじわと人気が高まってきている。

日本の食文化としての「焼き鳥」を世界各国へ伝えるために英語・中国語・韓国語と各国の言葉でのウェブサイトを作成し、世界のやきとり情報の収集と発信にも熱心に取り組んでいる。

昨年10月からは、同社の製品を香港、中国でも現地販売を開始し、手応えも良いようだ。すでに中国の4カ所にある契約工場と提携した。ウェブ販売も実施している。同社の今後の事業展開に注目したい。

「ぼんじり」に着目し ヒット商品に

鶏の部位に「ぼんじり」というのがあるのをご存じだろうか？鶏

新たな発想 アジア圏への営業展開

「しょうゆをベースにするタレ味や塩味の焼き鳥は日本独特の食文化であり焼き鳥が嫌いという人