

柴沼醤油醸造(株) 柴沼秀篤社長インタビュー

以前、キッコーマンの米国工場を取材したことがある。和の調味料を現地の大豆と小麦で造る、しかも製品は欧州にも輸出する聞き、その戦略に感心した。大手の寡占状態にある外国の醤油市場に、地元のお店「柴沼」が参入したという。大手のような大量生産品ではなく、こだわりの本物を和・洋食のプロ料理人にぶつける。若手社長の戦略は明快だ。(インタビューは経済ジャーナリスト・坂本栄)

輸出目標10%

「海外市場は大手寡 沼が。占だが、なぜ中小の柴 柴沼 輸出は3年前

から。某商社からオー ストラリア向け輸出に 興味ないかと話があ り、現地を見てビック リした。和食、寿司が こんなに浸透している とは。それでは一緒に やりましょうと。それ まで実績がないの で、代金をどう回収す るのかも分からなかつ た。

外国の日本レストラン 柴沼 豪州のほか、 ニュージーランド、香 港、インドネシア、シ ンガポール、マレーシ ア、タイ、フランス、 スイス、イタリア、オ ランダ、ロシア、スエ ーデン、エストニア、 アメリカ、カナダなど に輸出している。

弊社商品の特徴は、 大手メーカーと違い、 木桶(きおけ)で醸造 していること。香り、 人、売り上げに占める

熟成・赤ワイン醤油を輸出

ターゲットは洋食のシェフ

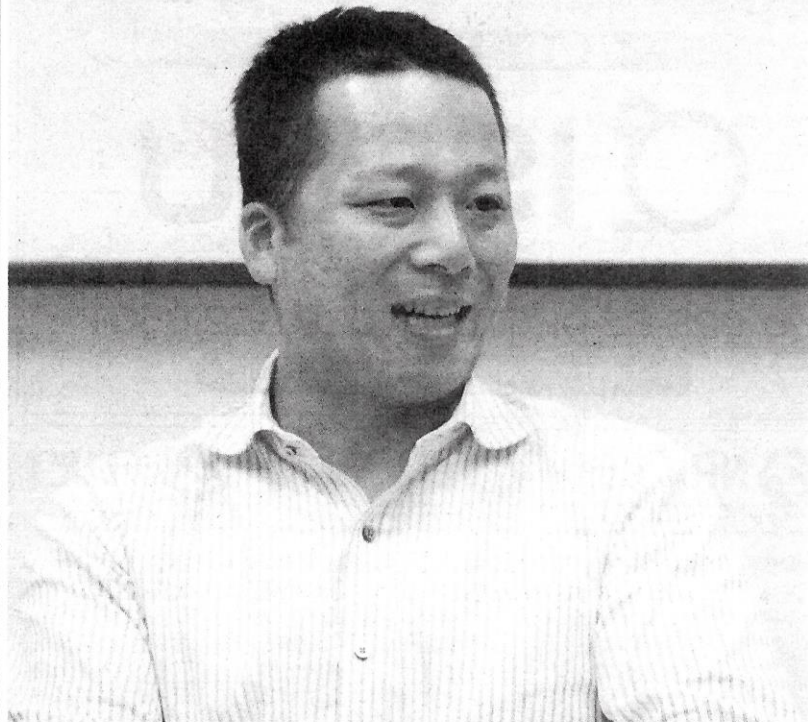
「海外市場は大手寡 沼が。占だが、なぜ中小の柴 柴沼 輸出は3年前

元禄創業・木樽

「輸出用は国内と同 じか。柴沼 国によって味 覚や食文化が違うの で、仕向け先ごとに異 なる。フランス向けは 甘め、減塩とか。欧米 の人は小麦アレルギー が多く、その対応も求 められる。輸出全体の 8〜9割は業務用(18 8〜9割は業務用(18 8〜9割は業務用(18 8〜9割は業務用(18

担当。2009年、同社を辞め、創業326年の柴沼醤油醸・製造本部長として家業に戻る。13年4月、社長(18代当主)に就任。34歳。

柴沼 秀篤(しばぬま・ひであつ)氏：1998年東京農大・応用生物科学部卒、味の素入社。食品スーパーや外食チェーン店への営業を



との相关性も評価して くれる。 世界市場では、醤油 の広がりもあり、海外 の醤油市場は成熟して きた。

甲州産赤と熟成

「昨年「醤油パイ」 を出したが。 柴沼 つくばの洋菓 子店「コート・ダジュ ール」とのコラボ。洋 菓子と醤油はイメージ が遠いが、元々甘いも のと塩味は合う。クリ ームと醤油も合うと思 った。いろいろ試して いただき、焦がした時 の香り、甘さのバラバ ンなど、パイが一番よ かった。

「柴沼 今冬、「赤ワ イン醤油を輸出する。 単にワインと混ぜるの ではなく、甲州産赤ワ インと一緒に寝かせ、 3カ月熟成させる。パ イやニューヨークのト ップシェフ向けで、フ レンチやステーキの調 理のレ스토랑にも

「柴沼 今冬、「赤ワ イン醤油を輸出する。 単にワインと混ぜるの ではなく、甲州産赤ワ インと一緒に寝かせ、 3カ月熟成させる。パ イやニューヨークのト ップシェフ向けで、フ レンチやステーキの調 理のレ스토랑にも

「柴沼 今冬、「赤ワ イン醤油を輸出する。 単にワインと混ぜるの ではなく、甲州産赤ワ インと一緒に寝かせ、 3カ月熟成させる。パ イやニューヨークのト ップシェフ向けで、フ レンチやステーキの調 理のレ스토랑にも

「柴沼 今冬、「赤ワ イン醤油を輸出する。 単にワインと混ぜるの ではなく、甲州産赤ワ インと一緒に寝かせ、 3カ月熟成させる。パ イやニューヨークのト ップシェフ向けで、フ レンチやステーキの調 理のレ스토랑にも

(坂本)