COMPANY'S CHALLENGE
NO.104

オリジナルのチリソースを武器に福岡の“美味しい”を世界へ

【プロフィール】
福岡県生まれ。大学卒業後、関西で就職し、30歳の時に家業である渡辺観光㈱に入社。同社の景品部門を法人化し、2006年に㈱キヨトクを設立。食品などの企画販売に携わる。

株式会社キヨトク　代表取締役　渡邊 清久氏

メイド・イン・ジャパンのチリソース『ソースコ』

激辛好きだけにとどまらず、幅広い人気を博す新感覚のチリソース『旨辛調味料ソースコ』。ウスターソースをベースに唐辛子やハバネロなどの香辛料をブレンドし、昆布などの旨み成分をプラスしたことで日本人の舌にもマッチしたメイド・イン・ジャパンの調味料です。さまざまな料理の辛味づけに使われ、日本だけではなく海外でも販売されています。

このソースコを開発・販売しているのが、福岡市中央区清川の㈱キヨトクです。遊技場を営んでいた渡辺観光㈱の景品取扱部門として始まり、平成18年に法人化されました。当時は卸売業を営んでいたものの平成23年に事業を転換。食料品の企画販売へと大きく舵を切りました。代表取締役の渡邊清久さんは「卸売だけをやっていても事業規模を拡大することは難しいもの。私自身がもともと辛いものが好きということもあり、オリジナルの調味料を作りたいという思いがありました。そして、せっかくゼロから作るのであれば夢は大きく、世界のマーケットで勝負できるものにしたかったんです。そこで目を付けたのがチリソース。南米や東南アジアなど世界各国で親しまれているのに、日本発の商品はありませんでしたから」と振り返ります。

そうして福岡のソースメーカーであるコックソース㈱とタッグを組んで開発したのが、キヨトクの看板商品であるソースコです。開発当時はウスターソースのチリソースという珍しさが目立ってしまい、どう使えばいいかもわからない状態だったため、販売に苦労したといいます。そこで、最初は飲食店などに試食用として配布し、まずは食べてもらうことに注力したそうです。すると、お好み焼きやたこ焼きなどソース文化のある関西地方から好評を得て、激辛好きの人たちから口コミで広がっていきました。「類似品がないからこそ、気に入ってもらえれば必ずリピーターになってくれます」と渡邊さんは言います。

現在ではソースコに加え、『ウマカラゆず＆オニオン』『ウマカラミックスソース トマト＆オニオン』『ウマカラわさび＆チリソース』の全4種類を販売。“UMAKARAブランド”としてアメリカ、シンガポール、香港など海外にも進

1 全4種類発売されているキヨトクのUMAKARA調味料。スーパーなどで販売されているほか、通販などでも購入することができる

3 各地での展示会にも出展。福岡だけでなく全国各地からOEMの問い合わせを受けることもあるそう

2 地元有名店とのさまざまなコラボ商品もキヨトクの看板商品のひとつ。「人と人とのつながりがあったからこそ開発できた」と渡邊さん

4 お店の魅力が伝わるような商品を作るため、入念な打ち合わせを行う。商品の開発期間は6か月〜未だに商品化していないものもあるという

出しています。「海外展開を見越して当初から化学調味料や保存料は使っていません。コロナ禍によって海外での需要が縮小したり、規制が変わったりとクリアすべき課題は山積していますが、今後も積極的に海外に挑戦していきたい」と意気込んでいます。

福岡の土産づくりを新たな事業に

キヨトクのもうひとつの転機は令和元年のこと。“福岡の新しいお土産づくり”を目指して、有名店とコラボした商品を次々と発表していきました。行列が絶えない名店が監修したレトルトカレー、豚骨ラーメン、黒毛和牛を使ったビーフジャーキーなどを企画・開発し、発売。また博多屋台の隠れた定番である焼きラーメン、あご出汁を効かせたうどんや冷やし中華と、オリジナル商品も開発しました。そうした地元愛が詰まった商品はお取寄せグルメブームを受けてメディアなどに取り上げられ、福岡市等多数の自治体のふるさと納税の返礼品に採用されるなど、新たな広がりを生み出しています。

「福岡で会社を営んでいるからこそ、福岡の美味しいものを日本全国の人、世界の人たちに知ってもらうことがひとつの使命だと思っています。

また、世界のマーケットで人気があるのは、ワサビ味といった日本らしいもの。そのため、世界で勝負するにはローカルの強みをもっと打ち出すことが必要だと感じました。近年では“博多から半径2kmの美味しさを世界に”を合言葉に商品開発を進めています。地元の有名店とコラボできるのも、足繁く通ってその思いを直接伝えられるローカルの強みです。もともと食べ歩きが好きでしたから、そこから縁ができて仕事につながっていくのは面白いですね」と渡邊さんは笑顔を見せます。

拡大ではなく“深掘り”の事業展開を

さまざまなチャレンジを続けてきた渡邊さんのモットーは「いまのスタッフでできる最大限のことは何か」を追求すること。目指すのは事業の拡大ではなく“深掘り”なのだそう。そのためこれまで行ってきた地元の飲食店や企業とのコラボ商品は、ラーメンやカレーといった定番商品に留まらず、高級おつまみといった嗜好品にも広がっています。現在は商品開発で得たノウハウを活かし、OEMで企業の商品開発にも協力。オリジナルのラーメンづくりやノベルティ製作など、小ロットからの依頼にも対応しています。

「レトルトの加工ができる工場と惣菜メーカーをつないで新しい商品を開発するなど、多くの商品を手掛けてきた私たちだからこそできるマッチングがあるはず。商品を企画するプロデューサーとしても力を発揮していきたい」と力を込めます。

取材日：6月17日

株式会社 キヨトク

株式会社キヨトク
〒810-0005 福岡市中央区清川1-7-13
営業所 福岡市博多区麦野4-25-24
TEL:092-533-5377
https://www.kiyotoku.co.jp/