

こんな事業です！

大正10年創業。創業100年を超える老舗の醤油蔵。創業当初から水を大切にした醤油づくりにこだわり、現在も大土山から流れ出るミネラル豊富な天然水を使用する。製造する醤油の特徴は西日本特有の甘さに加え、うま味も重視。独自の配合で調味料と組み合わせオリジナルの醤油を作り上げている。



核家族化やお土産需要など現代ニーズにぴったりとマッチした100mlのミニボトル。美味しいうちに使い切れると評判です。商品名は直行さんのアイデア



自分が本気になった時 必要な環境、人が揃った

「深刻になりすぎてでもいいけない」と思いながらも、浩介さんの危機感は募るばかり。いい方法が思いつかずにいた2021年、大前醤油はコロナ禍で100周年を迎えることになりました。その時、浩介さんは「100年続けてこれらたのは地域の方々のおかげだ」と初めて実感。状況を俯瞰で見ることができた瞬間、同時に仕事への

熱意がこみ上げてきました。「地域

への恩返しは、「雇用」を生み出すことだと思いました。そのために体制を整え、売り上げを伸ばす必要がありました。得意先に直接醤油を届ける今のビジネスモデルでは無理だと感じました」と話します。これまでのB to CからB to Bへの販路を開拓すべく、頼りにしたのは商工会。サポートを受けながら問屋の開拓や展示会参加など、積極的な活動を続けました。

新しい販路を開拓して 安定した雇用を創出

必要な繋がりが見えてきました」と浩介さんは話します。販路拡大のほか、先代の代には着手することがなかったOEMにも挑戦。自社商品、他社商品にとらわれず、依頼があればがむしゃらに試作を繰り返して商品化を目指しました。こうして誕生したのが安芸太田町の特産品「祇園坊」という柿を使ったドレッシングやソース、川根ゆずを使った柚子ポン酢、三次ワイナリーの焼肉のタレなど。

こうした商品の開発には、父・直行さんの技術が存分に活かされていたのです。また、大量の在庫を抱えずに済むように最少ロットでオーダーできるように配慮。実績を重ね、様々なお店、企業から問合せが続いています。「スキルを求めず、一生懸命仕事をしていただく方をたくさん雇用して、一緒に楽しいことにチャレンジしていきたい。そのためにも会社の規模を大きくして、地域のお役に立ちたいです」と話す浩介さんの目に

また、これまで二
ーズがないと考
えていたミニボ
トルでの販売にもチャ
レンジ。これが時
代のニーズにびた
りとはまり、大ヒ
ットとなります。
「経営者が本気にな
っていないのに、
誰もサポートしよ
うと思いませんよ
ね。自分がしっか
りと前を向いて歩
き出した時、初め



託した人 大前直行さん

Profile

学生の頃から3代目を意識して東京農業大学醸造科に進学。商品開発に必要な知識や技術を習得する。商品開発したゆずポン酢は、今もなお人気を誇るロングセラー。現在も現役で現場に立つ