



Passion enlivens an area

ひろしまの

2024年注目したい ひろしまの元気企業

ニーズは時代がつくるもの。それをいち早くキャッチし、すみやかに決断して行動に移すことが成長企業の条件です。「今」を見据えた独自の商品や新技術、ユニークなサービスで注目される元気な中小企業をご紹介します。

うどんに中華そば、お好み焼きと 地域食、郷土食として愛される麺づくり一筋

こだわりの麺を強みとし 薄利多売からの脱却を模索

廿日市市串戸の株式会社ひまわりフーズは、広島の戦後復興と共に歩んできた企業の一つです。原点は、戦後まもなく先代社長の祖母が女手一つで開いた手製のうどんと氷を販売する小さな商店。その後先々代の復員で「口位製麺所」として本格的に始動し、高度成長期の波に乗り事業規模を拡大してきました。さらに工場移転や同業他社との統廃合を経て、平成2年には株式会社ひまわりフーズと社名を改め再スタートしています。「私が入社した4年前はスープがどんどん増えていた時代で、生産量は右肩上がり。一日14~16時間働くことも珍しくありませんでしたね」と4年前に経営を引き継いだ木本和彦社長は当時を振り返ります。その反面価格競争も激化し、1玉48円だった茹で麺が特売で3~4玉100円になり、

同社では薄利多売一辺倒ではなく、付加価値をつけて単価を上げる努力もしてきました。30年前にお好み焼き屋の店主からの要望に応えたプロ仕様の「広島焼そば」、15年前には断面がひし形になる独自製法で広島うどんならではの食感を追求した「つるつるのどしうどん」を開発。「それを柱商品としてじっくり育ててきたことが結果的にうちの強みになっています。業務用のこだわり麺を家庭でも味わってもらいたいとスーパーでも販売。特に焼きそばは試食販売の効果抜群で、根強いファンをもつロングセラー商品になっています」。



攻めと守りのバランスを取りながら変化に対応

木本社長が舵取りを託されたのはコロナ禍の真っただ中。今も業界を取り巻く状況や進むべき方向を見定めつつ時代の荒波に立ち向かっている状態といいます。「人手不足も深刻な業界にあって、頑張ってくれる社員達のためにも従来の薄利多売方式から脱却し、真っ先に働きがいを感じられるよう社員に還元したい」。木本社長はまず大口取引先との価格交渉に挑みましたが、その結果契約は打ち切りとなり売上げは1億減に。諦めかけた矢先、物価高で単価が上がり収益性が改善したのは予想外の追い風でした。さらに、5年前から手がけてきた広島の有名店とのコラボ商品を従来の要冷蔵のチルド麺に加えて、土産用に常温保存できる麺の開発に挑戦。完成したお土産麺は汁なし担担麺の

「キング軒」、つけ麺の「辛部」、中華そばの「寿々女」など名店揃いのラインナップで、コロナ明けから年10~15%増の勢いで売り上げを伸ばしています。また、昨年2月にはアンテナショップとして広島市中区に「餃餃屋口位製麺所」をオープン。自信作の「つるつとのどしうどん」を使った3種のうどんをワンコインで提供する食堂は、同社初の試みです。

「うどんや中華麺は日常の食卓に欠かせない食べ物ですから、作り続けることが当社の使命。スーパーの再編が活発化するなど予測不可能な時代だけに、今は攻めと守りのバランスを取りながら既存の商品を磨き、状況に応じて素早く変化していく力を溜めておく時期だと思っています」。木本社長の力強い言葉に、広島の麺文化は地域メーカーの不断の努力によって支えられていることをあらためて実感します。

株式会社ひまわりフーズ
廿日市市串戸1丁目5-7
☎ 0829-32-8600

▼会社HPはこちら

昭和21年廿日市市で創業した口位商店(後に口位製麺所)を前身とし、昭和53年に法人化。昭和63年には現在地に工場を新築移転した。平成2年には同業の富士食産、第一食品と合併し、株式会社ひまわりフーズが発足した(のちに第一食品は分社)。創業以来のうどんをはじめ、中華そば、焼きそば、つけ麺などを地域食・郷土食として継承する役割を担う老舗の製麺所。従業員数はパートを含め60名。



日持ちのしない惣菜麺は大手よりも地元メーカーが有利な商品。スーパーをはじめ麺専門店、食料品店、デパート、学校・病院・工場給食など取引先は幅広い。

木本社長が舵取りを託されたのはコロナ禍の真っただ中。今も業界を取り巻く状況や進むべき方向を見定めつつ時代の荒波に立ち向かっている状態といいます。「人手不足も深刻な業界にあって、頑張ってくれる社員達のためにも従来の薄利多売方式から脱却し、真っ先に働きがいを感じられるよう社員に還元したい」。木本社長はまず大口取引先との価格交渉に挑みましたが、その結果契約は打ち切りとなり売上げは1億減に。諦めかけた矢先、物価高で単価が上がり収益性が改善したのは予想外の追い風でした。さらに、5年前から手がけてきた広島の有名店とのコラボ商品を従来の要冷蔵のチルド麺に加えて、土産用に常温保存できる麺の開発に挑戦。完

成したお土産麺は汁なし担担麺の「キンギョ軒」、つけ麺の「辛部」、中華そばの「寿々女」など名店揃いのラインナップで、コロナ明けから年10~15%増の勢いで売り上げを伸ばしています。また、昨年2月にはアンテナショップとして広島市中区に「餃餃屋口位製麺所」をオープン。自信作の「つるつとのどしうどん」を使った3種のうどんをワンコインで提供する食堂は、同社初の試みです。

「うどんや中華麺は日常の食卓に欠かせない食べ物ですから、作り続けることが当社の使命。スーパーの再編が活発化するなど予測不可能な時代だけに、今は攻めと守りのバランスを取りながら既存の商品を磨き、状況に応じて素早く変化していく力を溜めておく時期だと思っています」。木本社長の力強い言葉に、広島の麺文化は地域メーカーの不断の努力によって支えられていることをあらためて実感します。