



## タイハイ(株)

市場を読み、独自性を発揮し、  
豊かな暮らしをサポート!



ロングライフ惣菜と  
「タイハイクッキングデポ」の豊富なラインアップ

1880(明治13)年創業のタイハイ(株)は、醤油醸造、調味料製造会社としてスタートし、その後食材セットの配達事業をはじめ、信販・印刷・物流・観光など、関連会社70社に上るコングロマリットとして成長してきた。現在は食品事業部など4事業部でそれぞれ惣菜関連事業に取り組み、各部署の得意分野を生かし展開。社内連携も強化し、市場ニーズに対応した商品提案を進めている。近年はメインターゲットである女性層のライフスタイルの変化などにも合わせた商品を手がけ、人手不足やロングライフ需要にも挑戦する。市場性・独自性を持った商品作りを進め、同社ならではの強みを発揮している。

### 創業から130余年、 一大コングロマリットに成長

タイハイ(株)は1880(明治13)年、千葉県八日市場(現匝瑳市)で産声をあげた。従来営んでいた酒造業から転換し、味噌・醤油の醸造を開始。そ



惣菜を手がける千葉県匝瑳市の食品第三工場

の後明治、大正、昭和と積極的な経営展開で業容を拡大し、1951(昭和26)年に社名を「太平醸造工業(株)」と改称した。

1962(昭和37)年には、業務用食材の供給システムを太平栄養研究所で確立。現在も続く全国ネットワークの配送システム「クッキング・デポ」がスタートした。その後も事業の多角化を進め、1968(昭和43)年に社名を現在のタイハイ(株)に改めた。その後献立材料宅配事業「ファミリーセット」、会員制の発足、キャッシングなどサービス事業の展開などを実施。1987(昭和62)年には、野菜を用途に応じてプレカットして届けるカット野菜事業を業界内でも先駆けてスタートさせた。

現在は食品事業部(食品一部、食品二部)、食材



セミレトルトのロングライフ和惣菜。「肉豆腐」は人気が高い商品。

事業部(1部、2部)、フード事業部、フレッシュデリカ事業部、印刷事業部、信販事業部の6事業部体制で、関連70社に上るコングロマリット(複合企業群)として成長を続けている。

## 4事業部で惣菜関連事業を展開

現在、同社の6事業部のうち、食品、食材、フレッシュデリカ、フードの4事業部で惣菜に関連したビジネスを展開している。

食品事業部(食品一部)は、創業当時の醤油製造技術・ノウハウを基盤に、チルド惣菜の製造販売を行う。食品二部の富津工場と富津第二工場は、ISO9001、ISO22000、FSSC22000を取得し、品質管理・衛生管理体制を確立。フレッシュデリカ事業部ではカット野菜を手がけ、数々の品種のカットはもちろん、さまざまなオーダーカットに対応する。フード事業部では肉や魚を取扱い、チルド・冷凍惣菜を手がける。石巻工場と熊谷工場はSQF Level3の認証を取得しており、福祉・病院関係から外食、テイクアウトまで、さまざまな業種・業態ニーズに対応した惣菜を展開する。食材事業部では「タイヘイクッキングデポ」による業務用食材販売、「ファミリーセット」によるインターネット

通販で献立をサポートするなど、各事業部でそれぞれターゲットの異なる事業展開を進めている。

鰐淵秀章食品事業部事業部長は、「肉や魚、野菜、タレなど各部署の得意分野を組み合わせ、多くのアイテムを展開することでお客さまが飽きない惣菜提供が肝心」と語る。

## ロングライフ惣菜で豊かな食事をサポート

同社のメイン購買層は女性が占めていたが、近年は社会進出が進み、製造・販売現場での人手不足などとあいまって、業務用・家庭用ともに「簡便」「ロングライフ」がキーワードになっている。また、「食材を買っても使い切れずにもったいない」というロスへの要望、シニア層の「自炊離れ」なども進み、惣菜購入頻度は高まっている。

そこで、同社ではセミレトルトのロングライフ和惣菜を提案。肉じゃが、肉豆腐、筑前煮などを販売する。賞味期限60日を実現し、200gの少量サイズで、長期保存と簡便性を実現している。容器は長期保存性に優れた樹脂多層成型容器「ラミコンカップ」を使用する。素材本来の食味を残し、原料の下準備段階から丁寧に国内で手作りした同商品は、醤油製造の技術・ノウハウを持つ同社だからこそできる和惣菜だ。



「タイヘイクッキングデポ」は、用途に合わせて3人前(ピンク、150g)、4人前(緑、200g)、10人前(青、500g)を揃える。



醤油製造の歴史を持つタイヘイ(株)ならではの商品が充実



食品第三工場では、丁寧な商品作りが行われる

## 市場性と独自性を 豊かな暮らしへつなげる

「市場ニーズの把握と、当社ならではの独自性。その両方が鍵」と、鰐淵部長は同社の商品作りのポイントを指摘する。ロングライフ惣菜の展開は、まさにその両輪だ。

各事業部はそれぞれ研究施設を持っており、安全・安心はもちろん、市況を読んださまざまな商品を開発していく。物流面でも3温度帯を確立させた。

鰐淵部長は、「今後も社内での連携はさまざまな形で進み、より市況にマッチした商品展開を目指す」と語るが、その一方で、一言で「市場ニーズ」と括ってしまうことに注意が必要と考える。

「たとえば、若い女性層は、既成品をそのまま食卓に載せることが当たり前かもしれないが、60～70代の層では、皿に出してから載せるなど、意識が異なる」

さらに、同じ人でも、時間がある時／ない時では、調理にかかる時間や買う商品も異なるだろう。販路によってHACCP、ISO、SQFなど、認証による差別化も度合いが違う可能性もある。

こうした消費者の変化を読み、解いていくには、「フットワークの軽さと、おいしさの提供が重要」（鰐淵部長）だ。長年培った技術と市況を読む先見性が、提供する側には求められている。担い手の育成も含め、同社は今後もさらなる事業展開を目指している。

### タイヘイ(株)

代表者：代表取締役会長 折原 秀則  
代表取締役社長 太田 健治郎  
本 社：千葉県匝瑳市八日市場イ2614番地  
本 部：東京都江戸川区松江7丁目8番10号  
電 話：03-3656-3111  
事業内容：醤油・調味料製造販売、食材セット販売、  
肉・魚加工、カット野菜、印刷、信販事業

## 協会は会員企業様の取り組みを応援しています!!

惣菜製造業をされている企業様で新しいお取り組みなど、「惣菜ホットニュース」でご紹介しませんか？ ご紹介を希望されます企業の方は、協会までお問い合わせください。取材させて頂く場合には改めてご連絡をさせていただきます。

一般社団法人 日本惣菜協会 TEL 03-3263-0957