

コロナ禍の逆風、「追い風」に

オイルサーディン、アンチョビといった高級水産缶詰や調味料などを、大手食品メーカーの約半額で提供し、急成長を遂げている大阪の食品貿易商社・トマトコーポレーション。コロナが猛威を振るう中、低価格と高い保存性を武器に、拡大する巣ごもり需要を的確にとらえ、月単位で売上実績を更新している。同社の今後の事業展開などについて、岡本誠司社長に聞いた。

(大阪支局長・中村)



トマト商品の一つ「オイルサーディン缶詰」

高級水産缶詰100円で 巣ごもり需要で売上げ急増

——コロナ禍による業績への影響は。
岡本社長 当初は事業への影響が未知数で不安もあったが、いわゆる「巣ごもり需要」が逆に追い風となり、4月から7月の売り上げは前年比5割増で推移している。当社商品の強みは、オイルサーディンやアンチョビなどの高級水産缶詰を、大手メーカーの半額、およそ100円で提供している点。ディスカウン
 トショップや100円均一ショップでの販売を強化し、消費者のニーズを的確にキャッチアップしてきた。
 例えばオイルサーディンの3か年の売り上げ推移を販売個数で見ると、2017年が約60万個、19年には約95万個まで拡大した。全体の売上高では、17年が13億9000万円、19年は16億7000万円まで伸びた。今期はさらに、コロナ禍での巣ごもり需要増で売り上げは増える見通しだ。



日本赤十字社に寄付する岡本社長

——今後の事業展開は。
 「100円かに缶を発売。高級食材でありながら、100円というかつてない価格が大きな話題となり、数多くのメディアにも取り上げられヒット商品となった。その後もオ

日本赤十字社に1000万円寄付

岡本社長 「売上げを社会に還元」

——そのほかにはどのような取り組みを。
岡本社長 今期はコロナ禍による巣ごもり需要の恩恵を受け、売り上げが伸びた。社会全体が困難な状況に直面している中、高級水産食材の缶詰商品などを家計にやさしい価格で提供することで、家庭の食を支えることに少なからず貢献できたのではと思っています。
 創業者当初1000万円程度だった売り上げは、現在16億円を超えるまでに成長した。私1人で始めた会社だが、現在は私を含め16人に増え業容も拡大している。創業時に一つの目標、一つの大きな通過点として掲げてきた「売上高20億円の達成」を、近い将来果たせればと思っている。

——そのほかにはどのような取り組みを。
岡本社長 今期はコロナ禍による巣ごもり需要の恩恵を受け、売り上げが伸びた。社会全体が困難な状況に直面している中、高級水産食材の缶詰商品などを家計にやさしい価格で提供することで、家庭の食を支えることに少なからず貢献できたのではと思っています。
 創業者当初1000万円程度だった売り上げは、現在16億円を超えるまでに成長した。私1人で始めた会社だが、現在は私を含め16人に増え業容も拡大している。創業時に一つの目標、一つの大きな通過点として掲げてきた「売上高20億円の達成」を、近い将来果たせればと思っている。

岡本社長 1998年に創業して、今年で22年目を迎えた。当初は主に東南アジアなどから輸入した食品販売を手掛けていたが、2003年に初のオリジナル商品として