

# トップインタビュー2022 北日本新聞掲載

2022年1月4日発行

北日本新聞トップインタビュー2022へ  
弊社代表取締役社長 花畑佳史の記事が  
掲載されております。

設立15周年を迎える2022年、経営方針や  
目標・豊富について『ブランド力を高め  
ながら足元を固め、次のステージに踏み  
出していく』と掲げております。

以下URLからもご覧いただけます。  
ぜひご一読ください。

<https://webun.jp/pub/ad/2022/topinterview/>

株式会社ウーケ 代表取締役社長 花畑 佳史 氏

## 次の一步へブランド力高める



コロナ禍で家庭の備蓄向け需要が高まり、19年に増設した第3ラインをフル稼働させて対応。パックごはんの市場は今後も伸びが見込まれており、「安定供給に努めながら、おいしい商品を一人でも多くの方にお届けしたい。それが日本の農業を守ることにもつながる」と言う。

米卸最大手・神明のグループ企業。神明は五穀豊穡の神「天照大神」の別称で、ウーケはその食をつかさどる「豊受大神」の受(ウケ)に由来。工場では空調冷却に海洋深層水を利用。温まった水は地元のスチーマス養殖やカキの洗浄に活用され、省エネによるCO2の排出削減に貢献する。「私たちの事業は工場周辺の美しく豊かな自然環境から大きな恩恵を受けている。地元可愛され、誇りに思ってもらえる企業を目指していく」

無菌パックごはん製造のウーケは11月に設立15周年を迎える。「ブランド力を高めながら足もとを固める。次のステージに踏み出したい」と花畑佳史社長は語る。

入善工場では県産コシヒカリや名水百選「黒部川扇状地湧水群」の軟水を使い、食品衛生と品質管理の国際認証「SQF」(こたなう)厳格な工程管理の下で年間約1億2千万食を製造。品質の高さに自信を持つ。一方で「業界では後発であり、企業名や商品ブランドの認知度はまだ高いとは言えない。営業畑出身の花畑社長が2020年に就任して課題と向き合っている。

マーケティングと商品開発に力を入れ、その取り組みの第1弾として従来品より容量が少なく食べ切りやすい150グラムの新商品「ウーケの名水仕立て富士こしひかり」を昨年10月に発売。企画を担当したのは女性社員4人で、働く女性の利用を想定して商品コンセプトを練り上げた。パックごはんに見えないパッケージデザインにもこだわった。情報発信を強化し、SNSの開設や地域イベントへの参加、パッケージキャラクターの愛称公募なども行った。



商品ラインナップ。  
新商品(写真手前)はパッケージデザインを一新。

