

テクスチャーのスペシャリストを目指して ——イングレディオン・ジャパンとしてさらなる飛躍に期待

(株)イングレディオン・ジャパン 代表取締役社長 浜中正樹氏

米国のスペシャリティスターチメーカーであるナショナルスターチと、大手糖化メーカーのコーンプロダクツインターナショナルは2010年に合併し、2012年より社名を「Ingredion (イングレディオン)」に変更した。それに伴い、ナショナルスターチの日本法人であった日本エヌエスシーも本年4月1日より社名を「イングレディオン・ジャパン」と変更。日本事務所の業務開始40周年という節目でもあり、今回は、同社代表の浜中正樹氏にインタビューを行い、合併のメリットや今後の日本での展開について伺った。

——新社名「Ingredion」について

我々の業務は主に高付加価値製品の販売だが、ナショナルスターチ(以下NS)もコーンプロダクツ(以下CP)も、コーンやスターチという名前からは“高価値”という連想が起こりにくく、さらに穀物相場に左右されるというイメージも払拭できない。業務実態と名前が一致していないという意見もあり、新しい名前を模索することになった。

Ingredionは、ingredients(素材)とギリシャ語で“前に進む”という意味のionからなり、「素材をもって前進する」という決意が現れた名前。まずはお客様にこの社名を早く覚えてもらうところから進めたい。

——合併による変化やメリットはありましたか

NSもCPも米国で100年以上の歴史を持つ。CPはコーンをベースとした異性化糖やブドウ糖などの甘味系製品が強い。地域的には米国や南米地域で展開している。一方、NSはコーンやタピオカ、ジャガイモなど各種澱粉をベースとした加工澱粉製品。地域的には南米を除くほとんどの地域をグローバルにカバーしている。製品のにも地域的にも両社間での重なりはほとんどなかった。また、NSの加工澱粉にはR&Dが必要不可欠であったが、CPは異性化糖というある程度出来上がった技術分野の製品であるためR&Dが少なかった。これらの点でうまく補完し合えたため、従業員整理の必要もなく、いい合併だったといえる。

——日本での歴史は?

NSの日本法人は1971年に王子ナショナル設立がスタート。親会社が王子製紙で、最初は製紙メーカー向けだったが、すぐに食品用の展開を開始。1993年には王子との合併を解消し、それからNSの

100%子会社となった。その後、本年4月1日をもってイングレディオン・ジャパン(株)に社名変更。出発点の王子ナショナルから数えると40年が経過したことになる。海外の原料メーカーの日本参入としては比較的早い方だった。今では、工業用よりも食品用の売り上げの方が多く、全体の2/3を占めるまでになった。

——日本での合併によるメリットは?

日本ではCPの支社がなかったので、大きな変化はなかった。今まで通りイングレディオン・ジャパンが業務を行っていく。製品のラインアップとしては従来のNS品に加え、今後CP製品の日本での展開も考えられる。異性化糖は既に日本市場が出来上がってしまっているで新たな参入は難しいだろうが、将来的にはそれ以外の商品展開も考えている。いくつか候補があり、この1~2年をかけて展開を検討していく。

——御社製品の特徴と優位点は?

最も特徴的なのは加工澱粉で、他社にはない豊富な品揃えとテクニカルサービスセンターを活用した提案への評価が高い。新橋の事務所にテクニカルサービスセンターがあり、日本のお客様のニーズを考えたアプリケーション開発を行っている。

この動きは日本独自のものではなく、テクニカルサービスセンターを中心として様々な提案を進めていくのがイングレディオンのスタイル。テクニカルサービスセンターは世界各国にあり、最大規模の施設は米国ニュージャージー州に、アジアの中心的なサービスセンターはシンガポールにあるが、アジアではさらに中国、韓国、オーストラリア、タイなど、基本的な市場地域には設けられている。

——このたびの新製品について

機能性澱粉「テクステイド™A」には面白い機能がある。澱粉は通常、水に溶け

て加熱すると透明になって糊状に増粘する。しかし、この製品は特殊で、水に溶けないし



代表取締役 浜中正樹氏

増粘もしない。見た目は大根おろしのようで、繊維感を出すことができる。大根おろし入りポン酢などに配合することで、大根の繊維感を強化し、かつコスト削減などが可能になる。

ただし、もう少し粒度の細かいタイプが欲しいというニーズもあり、それに応えて新発売したのが「テクステイド™A FP」。今までは繊維感というレベルだったが、それより細かく、この製品で自然なペースト感を表現できるようになった。果汁入り飲料への応用もできる。2品が揃ったことで、お客様の用途に合わせて選んでもらえるようになった。

——今後の展開は

我々はテクスチャーのスペシャリストを目指している。コーンやタピオカなど澱粉のベースを変えるだけでなく、加工方法を工夫することで、お客様が求めるテクスチャーを実現していきたい。今後は増粘多糖類が先行している高齢者用介護食品の分野においても、取り組んでいかなければいけないと思っている。

我々は日本で40年の実績を持ち、さらにイングレディオンは日本市場にはますます力を入れていこうと考えている。新橋のテクニカルサービスセンターも昨年改装し、今後さらに新しい開発に積極的に取り組み、お客様に新商品を紹介し続けていきたいと思っている。

——ありがとうございました。