

10 株式会社恵那川上屋の取組

企業名 [株式会社恵那川上屋](#)
(商品企画本部 本部長:小石川浩永様)

取材日時 平成 21 年 2 月 27 日(金)13:10~14:00

取材場所 東京海上日動リスクコンサルティング(株)会議室

岐阜県恵那市の株式会社恵那川上屋は、和菓子のみならず、ケーキ等の洋菓子やアイスクリーム類など、フルラインナップのスイーツを四季折々の素材を使い展開していらっしゃいます。そのような製品が製造される現場の緻密な品質管理などについて、栗きんとんを例に商品企画本部長:小石川様にお聞きしました。

極上素材の調達を実現した契約農家との協働 「超特選恵那栗」誕生の物語

東濃地方の「栗きんとん」が可愛らしい茶巾絞りの形になったのは、文献上、明治中期と伝えられています。特に中津川の栗きんとんが全国的に有名でした。一方、後発の恵那川上屋の栗きんとんが知られるようになったのは、つい最近のことです。

現在の2代目社長が東京で洋菓子作りの修行を終えて帰郷した20年程前、流通も発達しはじめ、日持ちがしない地方の銘菓も首都圏を中心に販売できるようになりました。全国区になり、販売量が増えるに従って、恵那や中津川周辺の菓子屋では、弊社を含め他県産の栗を多く使用する様になっていきました。「恵那・中津川地区は栗の和菓子で有名になった、でもその原料に使っているのは他県産の栗」という状況に疑問を感じた弊社社長は、地元の活性化と良質の栗素材を入手するために、恵那の栗をどうしても菓子に使うべきだと考えました。しかし、そこからが大変です。農家を1軒1軒回り「品質の良い栗なら市場価格の2倍で全量買い取る」と交渉しても、すぐに応じては貰えません。偶然、初代社長(現会長)の同級生に栗農家がいらっしゃったので協力を求め、以来、JAや県の農業改良普及センターを巻き込んでより品質が高く、付加価値が高い栗栽培に取り組みました。そしてついに様々な困難を乗り越えて、農家が自信と誇りを持てるブランド栗、「超特選恵那栗」が誕生しました。

● 桃、栗三年、柿八年と云われますから、やはり3年は御苦労されたと…



栗農家の皆さん

いえ、15年経ってもまだ道半ばですね。契約農家 83 軒で結成している「超特選栗部会」の年間生産は年間約 100t強。弊社の和菓子作りに必要な 150tには足りません。農家の後継者の問題もあり、弊社も 2005 年に農業法人を設立し、直接栽培に乗り出しました。圃場の保護や、日照確保と収量増加のための超低樹高栽培、堆肥作りなど、超特選栗部会の方々や県の中山間地農業研究所中津川支所など行政の方々に技術指導して頂いています。現在、生産している栗は 11 品種です。これは収穫時期の違う早生(わせ)、中手(なかくて)、晩生(おくて)の品種を組み合わせて農家の作業量を平準化し、負担感を軽減するためです。同時に、栗を受け入れる当社にとっても入荷量を平準化するという利点もあります。その他に年 2~3 回「剪定会」「目揃い会」等の作業で会員が集まり、技術の向上を図っています。この集まりでは反省会を兼ねて、素材や商品などに関する要望についての情報交換も行います。※1 普段、産地で作業されている方々は、最終的な商品に対してお客様がどのように思っているのかを知る機会がありません。素材の生産者から菓子の販売者までの全員が、お客様の意見を真摯に受け止める姿勢が大切だと私達は考えているのです。このような生産者の方々は、栗きんとんの時期になるとお知り合いの方々に弊社の栗菓子を紹介してくれる営業マンにもなるのです。

自然素材が相手 細やかな品質管理

栗は時間の経過によって「風味」が失われやすい素材です。収穫時期になると、木を箒で叩いて落ちたのを集める農家が多い中、超特選恵那栗はじっくりと自然落下を待ちます。早朝 5 時くらいに満を持した栗から「ポトツ」と合図があれば、いよいよ収穫の時。大急ぎで拾います。収穫された超特選恵那栗は農家で厳密に選別され、弊社の工場へ運び込まれます。そして 24 時間以内に蒸して裏ごしされ、さまざまな和菓子や洋菓子に加工されます。収穫時期の 1ヵ月半の間に 1 年分の栗が収穫されるわけですから、工場は猫の手も借りたいほどの大忙し。裏ごしされた栗は加工後、マイナス 50℃の特別な低温保管庫で保管され、豊かな風味と鮮度が維持されています。衛生管理についてはいくら設備やマニュアルを完備しても、運用する人間がいい加減では無意味です。まだまだ改良の余地が残されていますが、衛生的な服装、清掃、1 時間毎の手洗い、ローラーがけ等を実施すると共に、従業員教育を特に重点的に行うことが重要だと考えています。

目の届く、身の丈でお客様と向き合う 消費者コミュニケーション



工房感謝祭にて

当社の販売額の90%が直営店であることは、お客様とのコミュニケーションの点で役立っています。お客様からのご意見はやはり店頭で頂くことが一番多いからです。

毎日、販売員は各店舗から社長へ日報をメールし、お客様からのご意見やお叱り、クレーム等を報告することになっています。販売員達は栗農家への見学訪問も実施し、生産者の気持ちをお客様に伝えるように努力しています。※2

また、日ごろの御愛顧に感謝する機会として「工房感謝祭」を毎年5月に開催しています。来場者は昨年の場合1日で5,000人ほどでした。生産者にも来ていただいて栗の栽培方法の説明をしたり、工房での栗きんとんや他のお菓子の作り方の紹介などによって、子ども達への食育などを行っています。

食の安全・安心のために 緊急時の対応整備

食品事故等の緊急事態に関して、当社は衛生、材料、災害、作業者の4分野が重要と考えております。状況を把握でき次第、社長自らの陣頭指揮により、お客様およびお取引先へ対応します。今後、この分野別の担当者も選任する予定です。

当社はこれからも、目の届く範囲で生産者とお客様の顔が見える商品作りをしていきたいと考えています。いつも生産者やお客様の喜ぶ顔が見えるというのは、食の安全のためにも重要なことですが、働いている我々にとっても重要なモチベーションになっているのです。

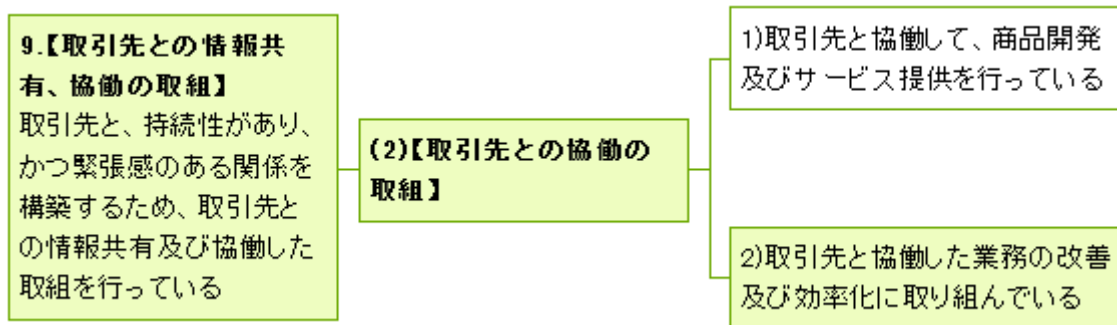
● 今年の秋も恵那のふるさとでは大粒の栗が育つことでしょう。栗きんとんシーズンが楽しみです。本日はありがとうございました。

10 株式会社恵那川上屋の取組

協働の着眼点を活用した ケーススタディ

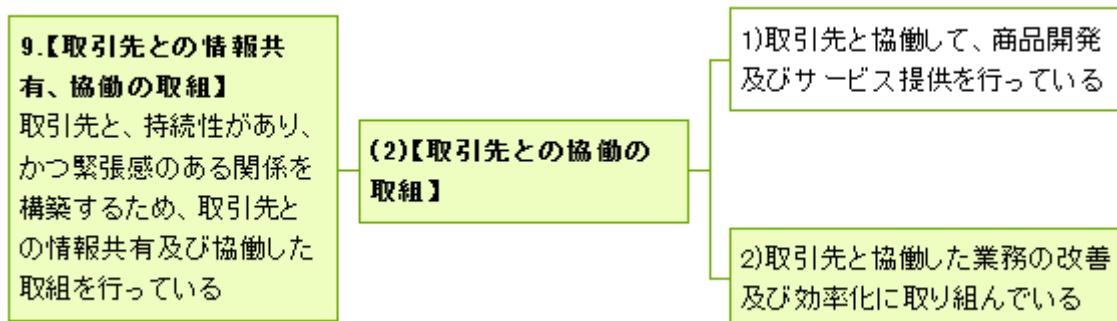
恵那川上屋さんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

例えば、取引先との間で協働の取組を進めていることについて「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 9.【取引先との情報共有、協働の取組】をご覧ください。



※1 のように、同業者や取引先との交流を通じて生産技術の向上を図っている取組は、取引先と協働した業務の改善及び効率化に取り組んでいる事例と考えられます。

また、お客様から意見を経営に活かす体制を整備していることについて「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 10.【お客様とのコミュニケーションのための体制整備】をご覧ください。



※2 のように、お客様から各店舗に頂いた意見を、経営者に毎日伝えている取組は、お客様の意見を経営に活かす体制を整備している事例と考えられます。