

## 02 株式会社八木澤商店の取組

企業名 [株式会社八木澤商店](#)

(代表取締役:河野和義 専務取締役:河野通洋)

取材日時 平成 20 年 12 月 10 日(水)

八木澤商店様は現在の岩手県、伊達藩のお膝元で 1807 年に酒蔵として創業、201 年の歴史を誇る老舗です。食文化が乱れがちな時代において子供達が目を輝かせ、お客様が蔵を訪れる、その人気と信頼について専務取締役の河野通洋様にお聞きしました。

### 「おいしいご飯はどこから？」体験する子供達

● 味噌、醤油の醸造元でありながら、幅の広い商品開発がされています。様々な方を交えて、稲作も手がけていらっしゃるのですね。



地元の小学生による田植え作業

当社は元々酒蔵として創業し、後の業種統合を経て味噌、醤油作りが始まり、今はタレ、つゆ、ドレッシング、漬物などを製造・販売、その中で米の生産・販売もしています。

昔から自分達が食べる分を自作していたのですが、現在の米「陸前高田ひとめぼれ」は八木澤商店社員、農業エキスパートの皆さん、地元の小学 5 年生、酔仙酒造の皆さんとの協力で栽培し、5 年目になります。また、味噌作り体験で大豆を育てる小学 3 年生は、害虫を指で駆除したり、(こちらでは害獣の)鹿を追い払ったり、いずれも泥だらけになる慣れない農作業なので「つらくない」と言ったら嘘になります。しかし実体験するからこそ「こんなに大変な作業なんだ」と初めて解り、普段から農作業やものづくりに携わる人への感謝と尊敬が生まれているようです。

ある年、子供達が稲作体験を劇にして小学校で発表したのですが、終わりに「どうもありがとうございました」と横断幕が掲げられて、そこにはお年寄りの名前が 1 人 1 人全部書いてありました。次の世代が感謝する、挨拶する、そして命を大切に。米や大豆と共に、この頃失われてきたものが無理なく自然に身につく、うれしい収穫が食育活動にはあります。子供の顔

と名前をきちんと把握できることは地域の安全につながり、そこに根ざす当社も、地元企業として信頼を担ってゆきたいと考えております。※1

### 地域ネットワークから生まれる安心、安全な商品



「白根きゅうり」の収穫

● ホームページを拝見すると、社員の皆さんが集まって一緒に食べる「お昼ごはん」が印象的です。木樽でじっくりと醸造される味噌、醤油と炊き立て御飯の香りを想像したら、お腹が空きました。とてもおいしそうですね。

はい、今日も早めに食べて出かけて来ました。社長のポリシーが「とにかくおいしいものを、まっとうなものを」というもので、当社は普段から自分達が食べておいしい、安心できる、安全な商品を作るために、目の届く地元と連携・協力して素材を探します。その内の一つが「白根きゅうり」の栽培と漬物の商品化です。「白根きゅうり」は収穫量が少なく病害虫に弱いことから、一般的な胡瓜とは格段に違う「味の良さ」は忘れられていました。当社が白根胡瓜しか買わないので、その結果、市内の胡瓜生産は100%白根胡瓜という、全国でも珍しい地域になりました。主力商品の醤油、味噌の原料も生産農家に頑張って頂いて、岩手県産の大豆、小麦が中心です。当社の「生揚醤油」は、通常4~6ヶ月の所、2年がかりでもろみを熟成させるこだわりの商品です。最終段階では、醸し出される風味を損なわないよう、手間と時間のかかる65度の「低温殺菌加工」により、衛生面と味の両方を守ることに成功しました。味噌は自家栽培の大豆と米だけで作った「おらほの味噌」をはじめ、当社の場合、保存アルコール無添加の生味噌タイプが全体の約半分を占めます。一般のお客様がご家庭向けに購入される前の販売先や輸送行程にも「要冷蔵」で、温度管理をお願いしています。

米に関しても、実験的ですが栽培期間中に農薬や肥料を使わない田んぼが一反あり、真夏の草むしりが新入社員の仕事になっています。それ以外の田んぼでも醤油かす、焼酎かすを利用し、土の自然力に任せています。すると商店のお客様や見学者が増え、時には従業員のお昼ご飯をどうしても食べたいと言われたり、団体客が来られる際には、私達も「よかったら一緒に農業やりませんか」と声をかけています。

## おいしさの探求が生み出す企業信用

これからの時代、食品事業者間においては価格競争ではなく、理念と技術のライバル関係でありたいと思います。例えば共同の畑で効率よく国産大豆を生産して、それぞれの蔵の醸造で醤油の味を競うなど。小さくてもいいので、ドイツのように職能に優れたマイスター制度のある学校づくりまで、将来は関わって行きたいと考えています。

その他に、食料自給率や添加物のこと、本物の味と技術を残すこと等、全国から同じような考え方の生産者や食品事業者が集まった「食の学校」というコミュニティが結成されて、毎月セミナーを開催しています。

地元には米作り仲間の「元気会」という生産グループがあるのですが、様々な分野の方が集まり、理屈では解らない色々な事を経験や知恵から幅広く、教わったり教えられたり。このような活動は常に新しい情報を得られて勉強になり、孤独な戦いになりがちな中小事業者にとって心強いことです。これからも、日頃一生懸命やっている皆さんに、光をあてて行く活動を目指しています。

事業者が集まって学び、知識を刷新し合う場を持つことは、消費者からの信頼構築や商品流通のチャンスにもつながると思います。※2

● 本日はありがとうございました。

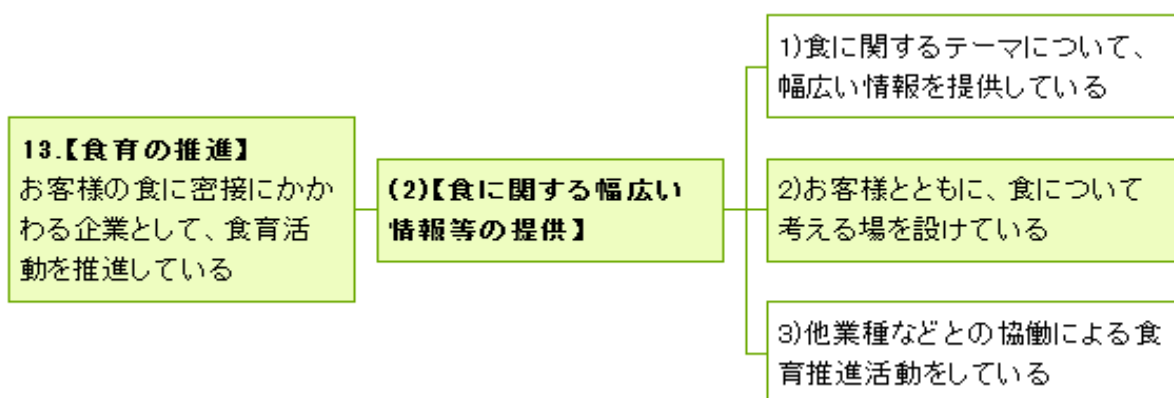
## 02 株式会社八木澤商店の取組

### 協働の着眼点を活用した ケーススタディ

八木澤商店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、お客様や同業者と、食に関する幅広い情報を交換する機会を設け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」という時にはどうでしょうか。

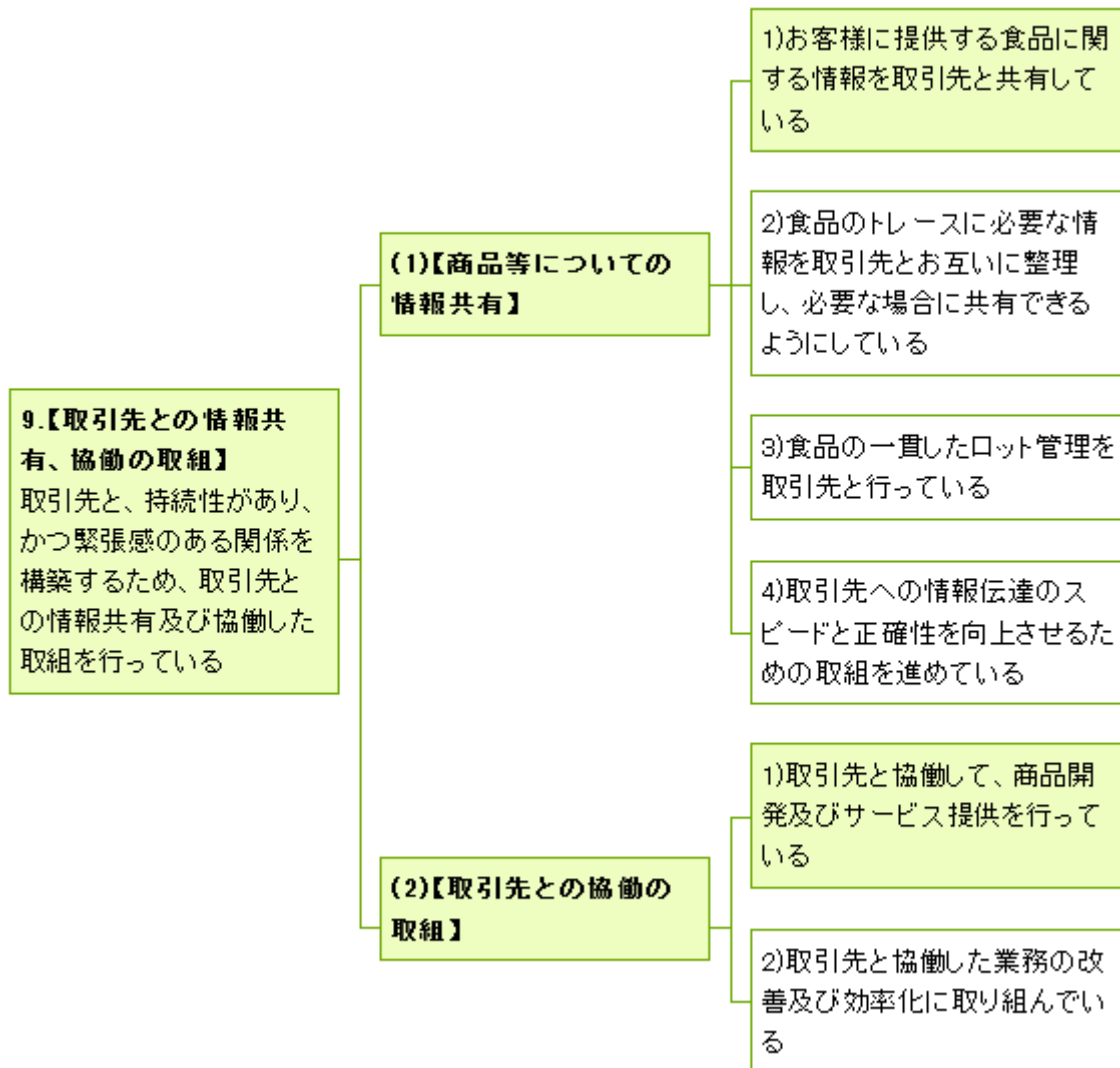
協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 13.【食育の推進】をご覧ください。



※1のように、さまざまな人と交流を持って情報交換を行っている取組は、お客様とともに、食について考える場を設けている事例と考えられます。

また、取引先との情報共有や協働の取組を実施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」「一般のお客様にホームページに取組を紹介したい」という時にはどうでしょうか。

9.【取引先との情報共有、協働の取組】をご覧ください。



※2のように、事業者が集まって学び、知識を刷新し合う場を持つことは、お客様に提供する食品に関する情報を取引先と共有している事例や、取引先と協働して、商品開発及びサービス提供を行っている事例と考えられます。