

FFGのお取引先企業をご紹介します。

オーム乳業 株式会社

代表取締役社長 永利 嘉浩氏

取引店 福岡銀行 大牟田支店



株式会社 ヒライ

代表取締役社長 平井 浩一郎氏

取引店 熊本ファミリー銀行 田崎支店



株式会社 川崎

代表取締役 川崎 勝則氏

取引店 親和銀行 南島原支店





オーム乳業 株式会社 永利 嘉浩氏

創 業：1934年12月
設 立：1937年10月
所 在 地：福岡県大牟田市
資 本 金：90百万円
従 業 員：106名
事業内容：乳製品製造販売業
主な製造品目：製菓原料（生クリーム、チーズ、カスタードクリームなど）、乳製品、牛乳、清涼飲料水など
製造拠点：本社工場（福岡県大牟田市）

高の約15%を研究費に充てる計画を検討していました。この開発部門の設置は目に見えて売上高の増加には直結しませんので、中小企業にとってこの決断は大きな賭けともいえました。しかし、「品質・技術優位の研究開発型企業を標榜し、先行投資として進めたこの取組みは、現在お客様からご支持いただいているオームブランド・クオリティの実現に欠かせない部門に成長していません。

オーム乳業のはじまり

- 当社は、1934年に私の祖父（故永利嘉作）が大牟田市・荒尾市近郊の搾乳・処理販売業者14名と共同して設立した「大牟田牛乳株式会社」がはじまりです。昔、学校給食で採用されていた「三角すい」の形をした牛乳パックは、当社が全国で2番目に給食用牛乳の「テラパック」として導入しました。そうした縁もあって、本社工場が大牟田市や荒尾市の小学校の社会科見学コースに組み込まれるなど、地域との積極的な交流にも永年取り組んでいます。

現在の社名は私の父（故永利昂二）が、地域を限定せずに当社を大きく羽ばたかせたいという願いを込め、長寿の鳥「オウム」を地元「オオムタ」に掛けて、65年に「オーム乳業」と改めたものです。

高付加価値乳製品メーカーへの脱皮 ~三つのターニングポイント

- 社名の変更に加え、事業内容もこの頃から転換を迎えることとなりました。

た。

第1のターニングポイントは、71年に業務の中心を飲用牛乳の搾乳・販売業務から「業務用生クリーム」の製造・販売へと大きく転換したことです。

飲用牛乳部門中心の事業では、競合する業者が多く、後発組であった当社は売上げ拡大がなかなか進みませんでした。また、この頃の菓子市場は「和菓子」から「洋菓子」へと需要が大きく変化しつつあり、和菓子店が洋菓子部門を新設したり、海外で修行したパティシエが日本で高級洋菓子店を数多く開店する時期でした。ただ、当時は輸送・冷蔵設備などが未発達だったこともあって、「生もの」である乳製品を扱うには、技術面の課題が数多くありました。こうした技術的な困難を克服し、市場ニーズの変化と当社の方向転換が上手く合致したことで、「業務用生クリーム」事業は当社の柱として成長を遂げることができたのです。

第2のターニングポイントは、92年に当社独自の「開発部門」を設置したことです。従業員の約1割（12名）を研究・開発部門に従事させ、売上

第3のターニングポイントは、98年の新工場稼動を契機とした高付加価値製品への転換です。スーパーなどへの量販店向け販売では、大規模生産化が進んだ大手メーカーには価格面で太刀打ちできません。取扱量が多いため、一定の売上高は確保できるものの、利益の確保が当社の課題となっていました。そこで、量販店向け販売から撤退し、品質を重視した高付加価値の製品に特化することを決意しました。当初の売上高は11億円程度減少しましたが、結果として高収益体質への転換を果たすことができました。

九州産の生乳にこだわった高付加価値の製品群

- 生乳の最大生産地である北海道と比べ、九州では加工用に回る生乳が少ないため、良質の生乳を調達しようとすればコスト高になる傾向があります。しかし、当社がこだわる九州産の生乳は、生クリームの加工用としてなくてはならない最適な素材なのです。高品質の決め手となる「白い」「軽い」「口どけが良い」などの特徴

は、この九州産生乳と、当社の高度な生産技術が合わさってこそ生み出されるのです。こうして製造された当社の「業務用生クリーム」は、福岡を始め全国の有名洋菓子店のパティシエから大変高い評価を得ています。

「自由闊達で情熱あふれる企業」へ

- 当社では 健全な社会人は、暖かい家庭と働きがいのある職場から生まれるをモットーに、従業員を型にはめず、のびのびと育成することを心がけています。社員にとって、会社に行くことが毎日楽しくなるような「自由闊達で情熱あふれる企業」幅広い社会貢献が出来る企業を目指しています。

人材育成については、これまでに培われた社内のノウハウ継承に重点を置き、OJTなどの手法を使って、若手社員の教育に積極的に取り組んでいます。

当社の将来展望

- 当社工場には 製菓実験室 を設け、パティシエの方々と新レシピの研

究を行っています。そこで得た情報は、季刊パートナー誌「L'APPROCHE」などを通じて、当社のユーザーへ発信しています。

現在は、事業の大半を「業務用生クリーム」が占めていますが、今後は「生クリームもあるオーム乳業」を目指して「ポストクリーム事業」の強化に努めます。更には、中小企業としては珍しい「研究開発型」企業として、国内外の企業と提携を進め、海外への進出を果たしたいとも考えています。

その一例として、当社が現有する「乳酸菌発酵」技術や「酵素利用」技術を応用した風味改良剤や抗菌剤、天然保存料など他企業との技術提携や特許取得などの事業展開にも力を注いでいます。また、乳酸菌に関する応用研究で取り扱う抗菌ペプチド(蛋白質の一種)は、食品分野に限らず、洗浄・殺菌剤、オーラルケア、ペットフード、化粧品など幅広い分野での活用が期待できます。

今後とも 技術のオームを全面的に展開できる様、努力を続けていく決意です。



福岡銀行
取締役頭取 谷 正明

高付加価値製品への転換や、研究開発への先行投資など、長期的な視野に立った取組みは、九州の企業経営者の皆様にとっても大変参考になるものと思います。また、現在でこそ「食の安全」が大きな社会問題となっていますが、当社は早くから「安心・安全」を志向し、高い品質へのこだわりを見せるなど、熱心な企業経営を行ってこられました。

今後とも、「オーム乳業」のブランドが高い品質を武器に全国的な広がりをみせる様、益々のご発展を期待しています。



当社製品



視察風景





株式会社 ヒライ 平井 浩一郎氏

創 業：1968年 5月
設 立：1968年 5月
所 在 地：熊本県熊本市
資 本 金：273百万円
従 業 員：1,733名(パート、
バイト含む)
事業内容：弁当・惣菜・サン
ドイッチ・おにぎり・寿司の
製造及び直売
主な製造品目：弁当・惣菜・
サンドイッチ・おにぎり・寿司
製造拠点：本社・熊本工場
(熊本県熊本市)、福岡工場(福
岡県筑後市)

お弁当・惣菜の調理方法を従来のセントラルキッチンによる集中加工方式から店内調理重視方式へ転換する必要があると確信いたしました。店内調理への転換は大きな変革であり、コスト増や品質のバラつき等の克服すべき課題も数多くありました。しかし、当社を継続的に成長させ、当社が社員にとって勤めていて夢を抱けるような企業として存在し続けるためには、この変革が必要不可欠だという強い思いで、課題を克服し、今のビジネスモデルを構築いたしました。

「家事のアウトソーシング」で中食産業の市場に挑む

- 今から約40年前に私の父が惣菜専門店の(有)平井商店を創業したのが当社の始まりです。創業以来、いわゆる中食と呼ばれる産業に携わってまいりました。今では熊本、福岡、佐賀、大分、そして鹿児島でロードサイド形式やスーパーなどのテナント形式でのお弁当・惣菜店を約100店展開し、年間約2,500万人を超えるお客様にご来店いただいております。その他、給食事業、宅配事業、うどん店の経営にも取り組んでおります。「もっとおいしい」を追及するHMR(Home Meal Replacement=家庭内の食事を代行する)企業として、おいしさはもちろん、安心安全な素材にこだわり、人の体と心を健やかにする料理をよびよく提供しています。

時代の変化を感じ取り、その時々 の最適な方法で事業展開

- 当社はこれまで「安全で健康的な高品質の商品を、よびよくお客様に提供する」という基本理念は変えずに、

その時々時代の变化を感じ取り、最適な方法で事業を展開してまいりました。

設立当初はマルショクなどのスーパーのテナントとして惣菜店を展開していましたが、創業者である父は、自社で主体的な店舗展開を図りたいという思いを強く持っていました。そこで父は今から30年ほど前に、「今後はモータリゼーションの波が起こる」と考え、ロードサイド店舗を展開、更に当時では画期的だった24時間営業を行いました。これによりお客様から好評を得ることができ、当社も大きく成長することができました。

しかしながら、15年ほど前よりその成長にも陰りが見え始めていました。当社が創業して25年ほど経った頃であり、企業寿命30年と言われる通り、その当時の当社のビジネスモデルに限界が来ているように感じました。新たなビジネスモデルを模索し、日本中色々なところを見て回った結果、消費者のニーズが多様化、複雑化していることに気がきました。そのニーズに柔軟に対応するためには、

安全性確保のための取組みを徹底

- お客様の食を預かるという当社の仕事は、責任が大きく、一年365日気が抜けない大変な仕事であり、毎日が真剣勝負です。最近、「食の安全安心」に関する話題がよく取り上げられていますが、当社では従前より「安全性の確保は食に携わるものとして当たり前なこと」と考え、安全性確保のための取組みは徹底的に取り組んでいます。

まず、食材そのものに関しては、「国内だから安全」とか「海外だから危険」という固定観念を持つことなく、国内外問わず200先以上の信頼できる取引先から、基本的には商社等を通すことなく、直接仕入れを行なっています。その後工場等での加工においても、工場内の衛生管理を徹底している他、食材から加工済の商品まで、全ての工程で衛生検査を行なっています。更には、出来上がった商品を、室温20℃の状態に補完し、細菌の繁殖を検査する日持ち検査を行ない、当社の商品がお客様

の口に入るまでに、さまざまな状態でも安全であることの確認を行なっています。

自社開発にこだわり、お客様に飽きられない商品づくりに注力

- 当社の店頭で販売されるお弁当やお惣菜などの商品は、一貫して自社で開発することにこだわりを持っています。10数名からなる専門部隊が、市場に高いアンテナを張って、広く情報を集め、お客様が何を求めているか、求めているものを具体的に実現できるメニューは何かと言うことを見つけていきます。そして、そのメニューを最もおいしい味・レシピで提供するため、外部のスタッフ取引先メーカーや有名店のシェフ等とも協力しながら、徹底的に研究し、試作を繰り返した後に、商品化に至ります。商品化にあたっては、安い価格で提供することにも注力しています。また既存の商品についても、お客様のニーズの変化に合わせて、常にブラッシュアップを図り、「お客様に飽きられない」ヒット商品づくりに注力しています。

常に更なる進化を目指す

- 現在外食産業の市場規模は約24兆円、ここ数年減少傾向にあります。そのなかで中食産業は、女性の社会進出に伴う生活スタイルの変化等もあって、伸び続けており、その規模は8兆円に迫っています。当社はまだその1%にも達していません。市場は限なく追い風で、まだまだ拡大していくことが予想されます。当社では長年にわたり蓄積してきた経験とノウハウを活かし、5年後に売上高300億円、利益30億円、出展地域でのシェア30%達成という目標を掲げています。非常に高い目標ですが、目標は高くないと意味がないと考えています。

企業寿命30年という考えは今でも持っており、当社の現在のビジネスモデルもいつかは陳腐化すると考えています。そのため、当社ではあくまで「食」という基本は守りつつも、過去の成功に頼ることなく、時代の変化を敏感に感じ取り、常に更なる進化を続けてまいります。



熊本ファミリー銀行
取締役頭取 鈴木 元

景気低迷が続くなかでも、当社の事業は幅広く消費者の支持を集めています。今の当社があるのは、「安全・安心をきちんと確保しつつ、消費者のニーズを捉えた商品を安く提供する」という基本を、現在のように食の安全安心をマスコミ等が取り上げる前から大切に守る一方で、時代の変化を見通して大胆な経営判断を行い、それを強いリーダーシップで成し遂げてきたからではないでしょうか。そのような平井社長の姿勢に同じ経営者として感服するとともに、当社が今後も進化し続けていくことを確信いたしております。



陳列商品



店舗外観



工場見学



株式会社 川崎 川崎 勝則氏

創 業：1925年
設 立：1988年10月
所 在 地：長崎県南島原市
資 本 金：10百万円
従 業 員：100名
事業内容：麺類製造販売、海産物・水産物の加工販売、塩乾物の加工販売
事業拠点：本社（長崎県南島原市）製麺工場・チャンポン皿うどん工場・食品工場（長崎県南島原市）

商業港須川で始めた海産物の販売

- 私どもが事業の拠点としている長崎県南島原市の旧西有家町須川は、島原半島の南東部に位置し、天草地方と島原半島を結ぶ商業港として古くから交易が活発な地区でした。この地で小型船を所有していた実父が、1925年（大正14年）から天草地区へ味噌、醤油、そうめんなどを運んで販売したのが事業の始まりです。その後、取扱う商品を煮干などの海産物中心に転換し、天草地区からの帰りには削り節の材料や煮干等を買付けて船に積んで帰りました。

当時、東京の大学へ進学していた私は、事業が繁忙になったため20歳の時に大学を中退して家に帰ってきました。輸送に使っている船を動かす人手も必要で、戻った私は直ぐに小型船舶免許を取得し船を操りながら父の手伝いを始めました。

海産物の仲買へと転換し安定供給へ努める

- わが社は創業当初、島原地区を中

心として海産物の小売販売を行っていましたが、現在は海産物の加工販売業へと転換し、削り節の材料、煮干、わかめ等を九州一円の水産会社から仕入れて製品化し、販売は九州のほか四国、関西、関東にまで広がっています。乾物や塩干物の生産量は原料魚の漁獲量に左右されます。漁獲量が一定していないこれらの商品は、安定した量を供給するのがむずかしい商品でもあります。そのため季節ごとの天候や海水温などの状況を十分把握し、一定量をきちんとお客様にお届けできるよう努力しています。

販売の第二の柱「手延べそうめん」

- わが社が販売の第二の柱ほんしゅうとしてるのが、日本の3大産地（播州、三輪、島原）の1つでもある島原の手延べそうめんです。海産物を販売している顧客から島原そうめんを買い取りたいと頼まれたのがきっかけで、1977年から取扱うようになりました。島原のそうめんづくりは、江戸時代に小豆島から島原に移り住んできた人たちが作り始めたとも言われ、雲仙

普賢岳からの良質の水を使って、この須川でも古くからそうめん作りが盛んでした。

取扱いを始めた頃は、地域の製造業者から製品を仕入れて販売していましたが、大量買付けなどで地元のそうめんが品薄となり、当社販売分の仕入れが容易に確保できなくなったため、1980年に自社工場を建設し本格的に参入しました。そうめんは製法によって機械式と手延べ式に分類され、機械式は低コスト、手延べ式はコシが強いといった特徴があります。わが社は手延べ式そうめんにこだわり、独自製法により風味豊かで、コシのある製品を生み出しています。

他社の追隨を寄せ付けない高品質な麺作り

- そうめんはコシと喉ごしといわれます。通常、効率性のため製造工程は丸1日というケースが多いのですが、当社では熟成時間を含めて2日間の工程で製造しており、麺のコシと喉ごしは他社の追隨を寄せ付けません。

2007年には業界でも数少ないそうめんの製造部門、販売部門等でのISO9001取得を果たしました。生産後の製品は定温、定湿度で保存できる倉庫で保管して出荷に備えるなど、わが社では、温度、湿度、衛生管理を徹底することで、高品質な製品の安定供給を可能にし、手延べそうめんの生産量は島原半島で最大だと自負しています。

島原そうめんブランドの確立を目指して

- 私がそうめんづくりにおいて特に注力しているのは、島原そうめんとしての強固なブランドづくりです。島原地域の製麺業者は独自の販売ルートを持っていなかったため、三輪地域の業者と安定的な販売契約を交わし、長い間、生産（島原）と販売（三輪）の分業体制をとってきました。その間、島原そうめんば三輪そうめんとして出荷されてきた経緯があり、「島原」の知名度とともに、商品の付加価値を向上させることが産地としての大きな課題となっています。地域とともに私どもの事業も活性化させたいという思いから、私たちは長崎県と協力して「長崎県島原手延そうめん振興会」設立に参画し、手延べ干し麺の技能検定の実施や「島原手延素麺」の認証制度定着等に取り組んでいます。島原そうめんのブランド価値向上に向けて、現在、最も力を入れているのは、「手延べ式そうめん」と言えば島原そうめんと、全てのお客様から認知されるようになることです。

これからも海の幸、大地の幸を食卓へ

- わが社が製造している製品は地

域の海の幸である海産物の加工品と、大地の幸であるそうめんです。どの製品も素材を大事にした素朴なものであり、地域の自然の恵みに感謝しながら、毎日の食卓に安心と健康をお届けすることがわが社の使命だと考えています。

これからの事業展望として、海産物の加工については熊本県牛深市に自社加工場の建設を計画しています。牛深に自社工場を持つのは、創業当時からずっと委託加工を担ってわが社を支えてくれた地元業者との関係を今後も大事にしていきたいからです。そして、安全で良質な製品を一層のこだわりを持って生産していこうと考えています。

また新しい事業分野として、ちゃんぽんや皿うどんなど生麺の製造を開始しました。取扱い品目を多様化し、季節によって変動幅の大きい販売の波を平準化するためです。

これからも原料素材にこだわり、シンプルで味わい深い製品の供給に努めてまいります。



本社加工場前にて



海産物加工品の製造工程



乾燥工程のそうめん

親和銀行
取締役頭取 鬼木 和夫

食品の売上げは景気の波に左右されにくいと言われますが、業界の競争は年々激しさを増しているのが現状のようです。そうしたなかでしっかりと業績を積み上げておられるのは、顧客の揺るぎない信頼を得ている品質の確かさと、堅実でありながら先見性をもった経営の賜物です。

島原そうめんブランドの確立による地域浮揚への思いを熱く語っていただいた川崎社長の、今後益々のご活躍を期待しています。

（6月1日からクールビズを実施しています）