

カステラ老舗 伝統守り時代に合わせ進化

創業330年の老舗カステラ店の松翁軒。創業以来、職人一人一人が手作業でカステラを焼き上げる製法をかたくなに守り続けている。同時に、時代の変化に対応するため、カステラのサイズを見直したり、チョコレート味や抹茶味といった新しい味にもチャレンジしてきた。「カステラは進化の歴史だ」と言い切る11代目当主の山口喜三社長に今後の事業戦略などを聞いた。

——手作業にこだわる

「カステラの材料は卵と小麦粉、砂糖、水あめの4つとシンプルだ。しかし、気温や湿度、風といった変化でカステラの味は大きく左右される。その日に合わせて生地温度や水分量といった材料の加減や焼き上げる



際の火加減などを調整しなければならない。このため、機械に任せきりというわけにはいかない。店舗展開も九州地区に限定しているのも味やサービスの質を保つためだ」

——伝統を守る一方で、進化もしている

「数十年前、最も売れ行きの良いカステラのサイズは幅10

やまぐち・きそう 立教大経済卒。東京での菓子職人修業などを経て1991年松翁軒入社。2009年から現職。53歳。長崎県出身。

センチ、長さ27センチのものだった。しかし、核家族化が進み大きいサイズのカステラは売れなくなった。現在、最も売れるサイズは幅6センチ、長さ13.5センチと従来と比べると半分になった」

——進化はサイズにとどまらない

「卵の黄身と砂糖を増量する一方で、小麦粉の量を少なくすることでしっとり感を追求した『五三焼カステラ』を2007年に

松翁軒 山口 喜三社長

発売した。受注生産で1本の価格が2916円(税込)と高価でありながら販売は好調だ。焼き上げが難しい五三焼は当社だからできる商品だ」

——熊本地震の影響は

「観光客の減少で5～7月期の売り上げが前年同期比約30%減と激減した。ただ、訪日外国人客がここ数年、伸びている。このため、中国語や韓国語などで書かれたパンフレットなども用意した。観光需要に依存しすぎてはいけないが、多くの人が長崎に遊びにきてくれるよう長崎の魅力を発信していきたい」

——今後取り組む施策は

「一つは職人の技術伝承だ。職人の高齢化は進んでおり、若

手への技術伝承は喫緊の課題だ。商品面では缶詰のカステラを復刻することだ。当社ではかつて缶詰のカステラを生産し、オーストラリアに輸出していた。日持ちするので、地震や台風といった有事の際にも役立つはずだ。時期は未定だが、早期に実現したい」

■会社概要

- ▷本社＝長崎市魚の町3-19
- ▷創業＝1681(天和元)年
- ▷資本金＝2500万円
- ▷従業員＝100人
- ▷事業内容＝カステラ、菓子などの製造

人が変える 地方創生

サーキュレーションに登録する西川剛史さん(33)は「冷凍生活アドバイザー」として数多くのテレビ番組に出演する冷凍食品の専門家だ。大手食品メーカー2社での工場勤務や商品開発を経て独立し、全国の冷凍食品を取りそろえる専門店「ベフロティ」(東京都世田谷区)を設立した。同店では、日本企業が国内で製造している冷凍食品の中から食品添加物が少ないものを選び販売。全国の農家から直接仕入れた野菜も店頭に並ぶ。

店舗運営と並行して、西川さんは冷凍技術を軸にした事業開発のコンサルティングも手掛けている。主な対象は地方の企業

「冷凍」で特産品の商品開発に幅

や農家。地元野菜や肉、魚といった特産品を使って新たな商品を作りたいというニーズに応え、商品企画や開発、販路拡大に取り組む。地方の特産品を「お菓子」や「調味料」などに加工して販路を拡大しようとする試みは多いが、常温商品のアイデアは全国各地で出尽くしており、差別化が難しい現状があるという。そこで西川さんは、地方ならではの食材を生かすために冷凍技術の活用を提案している。

「どんな食材であっても、冷凍技術を活用することによって商品開発の幅を広げられる」と話す西川さん。例えば特産のマッシュルームを活用したい場

合、常温ではレトルト食品や缶詰などのありふれた商品になりがちだが、冷凍することを前提に考えればハンバーグに使ったり、コロッケの具材に使ったりすることもできる。一気に商品開発の幅が広がるのだ。

こうした提案が求められる背景には「特産品を売り切れない」という課題がある。地方の農家では野菜を売り切れず、コスト上の問題から、収穫せずに捨てるを得ないケースもあるという。地方を起点にした冷凍食品事業に多くの企業が参入することで、日の目を見ない特産品も再び活用されるようになるのではないだろうか。

地方農家が自ら取り組み、新

たな特産品を生み出しているケースもある。静岡のねぎ農家が主体となって設立された農業生産法人では、冷凍食品の「ねぎコロッケ」を開発して売り出した。ベフロティでも人気商品となっているそうだ。西川さんは「専門分野である日本の冷凍食品市場を活性化させ、その取り組みを通じて地方の食を守っていきたい」と語る。

冷凍技術を活用して生まれた商品は保存性に優れており、今後はウェブによる販路拡大も期待されているという。地方発のユニークな冷凍食品が増えていくことを、楽しみに待ちたいと思う。



山口 征人

やまぐち・まさと サーキュレーション執行役員、経営戦略本部長。1981年生まれ。慶應義塾大学大学院理工学研究科を修了後、総合人材サービス大手を経て、2014年サーキュレーション創業に参画。ビジネスプロフェッショナル約2000人超に直接インタビュー、個人の強みを生かしたコーディネートを実施。「新しい働き方」実現に向けて邁進。

企業を伸ばす 地域を活かす

<長野県編>

⑧

投資を通じてファンになる

長野県は空気が綺麗で水も良いという環境に加え、歴史的経緯から電子機器、光学機器など精密機器、農機具、化学製品、加工食品の製造・販売が盛んです。私にとって馴染みのある製品を扱う企業もあり、長野県にはご縁を感じています。

たとえば、中野市に本社を置く「コシナ」は光学機械用レンズやプリズムを製造する企業。全部手動のレンズなどこだわりの一眼レフカメラレンズなどを製造しています。私は写真が趣味で、もともと「コシナ」のレンズのファン。2013年に新たな投資先企業として加わっていたが、とても嬉しかったですね。

農作業機器・3点リンクを製造する「デリカ」(松本市)は、当社が1987年からお付き合いする企業。私は学生時代、父親の勧めで農機具工場の生産現場で働いていたことがあります。3点リンクをどんなものがわからない人が多いと思いますが、私は3点リンクを取り扱う仕事

をしていたことがあり普通の人よりその機能や重要性がわかっている。「デリカ」から助成金申請の相談を受けた時、アドバイスしやすかったですね。実際に工場の現場で働いた経験も役立っています。

投資をきっかけに、その企業の製品のファンになることも。今年お付き合いが始まった「スドージャム」(松本市)はジャム専業メーカーとして砂糖を使わないジャムや果実本来の自然な美味しさが楽しめるジャムを作っています。私もすっかり気に入って、毎朝のように食べて「スドージャム」を応援しています。

当社の投資先には優良企業が多いですが、自社が有する持ち味を上手く活用し、持続的に存在価値を高めている会社とお付き合いできたらいいなと思っています。私なりのチェックポイントはその企業の採用ページ。経営者自身がまだ業界を知らない学生向けに自社をわかりやすくアピールし、本音や未来へのビジョンを語っていますし、活躍されている社

員や社内の様子も理解できるので拝見するようにしています。

投資先には、よりよい会社を目指していただきたいですし、そのためのお手伝いをしたいと思っています。気軽に、どんな相談でもしてほしい。私は中小企業基盤整備機構とジェトロ(日本貿易振興機構)への出向経験があるので、そちらの公的制度を紹介して企業の課題解決を図ったことがあります。上海に駐在していた際には、投資先の現地法人社長を集めて工場見学会や意見交換会を企画しました。同じような悩みを抱えている現地法人社長が多く、「悩みは自社固有のものでないことがわかった。とても参考になった」と喜ばれました。また3年間、海外展開をサポートしたり、研修を企画したりする部署に在籍していましたので、当社の研修メニューはよく知っています。ピッタリの研修をご紹介できると思うのでぜひ相談していただきたいですね。



東京中小企業投資育成 業務第四部 部長代理 矢内雅章さん(45歳)

1970年11月大阪府生まれ
1993年3月日本大学卒
同年4月東京中小企業投資育成入社
1994年7月業務推進部
1995年9月北京外国語大学にて語学研修
1996年4月業務第一部
1998年7月審査部
2000年4月総務企画部総務課
2007年4月業務第三部
2009年4月独立行政法人 中小企業基盤整備機構出向
2010年4月独立行政法人 日本貿易振興機構出向
2012年4月ビジネスサポート部
2015年4月業務第四部現在に至る