

# トップは語る



## 「食」は命づくり その精神を受け継いで

信越支部 株式会社加島屋 代表取締役社長 加島長八氏



かしま ちょうはち／1964年生まれ。東海大学教養学部卒。1989年株式会社三好商会 入社。1992年有限会社加島屋（現 株式会社加島屋）入社。常務取締役、専務取締役、代表取締役専務を経て、2006年代表取締役社長に就任。数年前にマラソンを始め、2018年はフルマラソン大会に7回、ハーフマラソン大会に5回出場するほど熱中。特に勧めたわけではないが、社内にはマラソン人口が急増中だ。「対象はなんであれ、真剣に取り組む姿勢は相手に伝わる」と語り、実直なスタンスで経営にのぞむ。

### お客様の声に耳を傾け 真面目な商品を作る

2006年に社長に就任しましたが、老舗の五代目だとか、伝統を守る立場だとか、そうした特別な気持ちはありませんでした。ただ、私自身が食いしん坊で加島屋の味の大ファンなので、この味を無くしたくない、守りたいという気持ちは人一倍ありました。

現在の加島屋の看板商品は「さけ茶漬」です。これはもともと祖母イシが父の賄い用に焼鮭の身を細かくほぐして用意したものがヒントになりました。忙しい父のために手早く食べられるようにとの配慮で、三枚におろした中骨から身をこそぎとっておいたのだそうです。冷蔵技術も

未熟な1960年代、この方法は商品に活かせると考えた父は、鮭が傷まないうちに焼いて身をほぐし量り売りにして売り出しました。朝食や弁当のおかずにも最適とたちまち評判になり、ある日、近所の方が「東京へお土産に持って行きたいので瓶に詰めてください」と空き瓶を持参して買い求めに來られたので、瓶詰めで販売することを思いついたのだと聞いています。

同様に「一口筋子」は筋子に不慣れなお客様の要望がヒントになって生まれた商品です。1980年代には雨や雪で紙袋が破れたというお客様の声から、安心して商品を持ち運べるようコーティングした手提げ袋を作るなど、常にお客様の気持ちに寄り添ってきたことによって今日の加

島屋があります。

社長に就任した当時はバブル崩壊から10年以上経っていましたが、なかなか本格的な好況にはいたらず、経営も厳しい状況が続きました。悩んだり、つらかった時もありましたが、そのような時には歴史を振り返りました。お客様の声を真摯に聞き、自分ができることを誠意を持ってやるのが先決だと原点を見つめ直すことを心がけたのです。

### 資源減少を打開する キングサーモンの養殖

加島屋の商品の多くは水産資源を原材料にしているため、近年の水産資源の減少は非常に大きな課題です。当社がその美味しさに魅せられ、「さけ茶漬」の原材料としているキングサーモンも例外ではありません。当社では1960年代から北米やカナダで調達を始めたが、漁獲量にも上限が設けられ、徐々に入手しにくい状況が出てきました。

そこで、1990年にカナダの水産会社と合併で養殖会社を設立し、キングサーモンの養殖に乗り出しました。とは言っても、軌道に乗るまでには時間もコストもかかる大変な事業でした。生け簀に入れる魚の数、餌やりのタイミングと量、など試行錯誤の連続でした。そのような中でも、品質にはこだわり、餌には海洋性のたんぱく質を中心に与え、陸上たんぱく質は用いないようにしました。また、キングサーモンはデリケートで病気にもかかりやすいのですが、そこでも病気を抑える薬剤は一切使いません。世界的に見てもキングサーモンの養殖は非常に難しい技術で、5～10年は先行投資でなかなか結果の出ないことが多いようです。

2000年代に入り、ようやく安定した生産が見込めるようになると、一から養殖を手がけることで完全なトレーサビリティが可能になるというメリットも生まれました。生産から

出荷までの工程で、カナダ有機認証機関 CGSB (Canadian General Standards Board) の水産養殖有機認証を取得し、万全の体制で品質管理を行っています。現在、この合併会社のキングサーモン生産量は世界3位を誇っており、当社で使うキングサーモンの8割はこの養殖によるものです。

養殖は水産業の将来にとって不可欠な技術であり、今後ますます世界的な広がりを見せるでしょう。当社が早期に養殖に取り組んだことは非常に意義のあることで、企業存続の大きな推進力になったと思っています。

### 老舗のノウハウを今に活かす 新たな仕組みづくり

時代とともにライフスタイルが変わり、お客様の食の好みも多様化しています。昔からの変わらぬ味を提供する一方で、新たな顧客獲得へ向けたアピールも高めていかなければなりません。

その試みの一つとして、2013年より新ブランド「加島屋 DELI(デリ)」を打ち出し、主にインターネットで販売しています。「加島屋 DELI」はパスタソースやカレー、トマトやガーリックを使った煮込み料理などの洋風惣菜で、若年層や個食を意識して開発しています。

今までも新製品開発は行っていますが、「加島屋 DELI」に関しては今までとは違う開発プロセスをとっています。毎年40~50アイテムの新商品開発を行い、その中からふるいにかけて定番にふさわしい商品を吟味して選定していくという手法です。まず、開発した商品はすべてネットショップで小ロット先行販売を行います。売れ行きやお客様の反応を確かめながら、これらと思う商品をピックアップし、ブラッシュアップして本生産へ結びつけるのです。

このようにアイデアを具現化し、ネットで販売するという体制が

できたことで、社員のモチベーションも向上しました。もちろん、ネットショップを訪れるお客様にも常に目新しいものを提供できるという利点があり、良いアテンションになっています。

新商品のアイデアに関して私はほとんど口出しをしません。できるだけ自由な発想で展開した方がユニークな商品が生まれると思うからです。当社は工場勤務の社員だけではなく、店頭で販売にたずさわる社員も北海道の協力工場で製造作業に加わるなど人的交流が深いのですが、そのような中で商品開発のアイデアが生まれることもあります。「加島屋 DELI」のスープカレーもその一つです。札幌が発祥と言われ、いまや北海道のソウルフードとも称されるスープカレーの美味しさに感激した社員が海鮮の旨味を盛り込んで作れないかと考えたのが発端です。

変化のスピードが激しい時代には、失敗を恐れずにチャレンジし、素早い商品開発体制でお客様の食のニーズに応える仕組みも重要だと思っています。

### ICTを活用しながら 伝統と進取の気質を次世代へ

私が必ず社員に伝えているのは「まず自分が食べたいと思うものを作ってください」ということです。誰も、自分が食べるとしたら、あるいは家族や大切な人に食べさせるとしたら、美味しさはもちろん、原材料の出所が明確で合成保存料や化学調味料の少ない安全で安心な食品を用意したいと思います。これが加島屋のものづくりの基準です。

原材料を吟味するため、国内外を問わず必ず産地に出向き、現地の人との信頼関係を築きながら、納得できる素材入手に努めています。さらに、安全・安心な食品づくりのために徹底したトレーサビリティを実施し、2017年には安全性をさらに高めるた

め、衛生管理手法の国際的な基準である HACCP (ハサップ、Hazard Analysis and Critical Control Point の略) を製造ラインに導入しました。

そして、トレーサビリティやネットショップはもちろん、在庫管理や仕掛品管理などにも ICT が活躍し、加島屋の事業を支えています。リピーターのお客様も多いので、今後はお客様の購入履歴に基づいた新商品のご紹介や最新情報の提供など、データを活用したサービスも展開していきたいと考えています。

時代が移り変わり、製造や流通の技術が進歩しても、「食」が人の命をつなぐことに変わりはありません。加島屋は継承してきた味と技と心をこれからも大事に受け継ぎながら、同時に、既存にとらわれない新たな発想で時代に見合う商品を生み出し、さらなる加島屋の味を追求していきたいと思っています。

#### おススメ本

### 鬼平犯科帳 (池波正太郎)



食通だった池波正太郎の作品には必ずと言っていいほど食のシーンが登場する。それは国民的時代小説「鬼平犯科帳」でも同様。時代物が好きで食べることが大好きな加島社長にとって「鬼平」シリーズは定番の

読物となっている。

「鬼平犯科帳」  
池波正太郎著 文春文庫

### Company Profile

株式会社加島屋

●所在地:

〒951-8066 新潟県新潟市中央区

東堀前通八番町1367-1

TEL. 025-229-0105 (代)

<https://www.kashimaya.jp/>

●創業: 1855 (安政2)年

●設立: 1954 (昭和29)年

●資本金: 7000万円

●売上高: 49億4400万円 (2018年3月期)

●従業員数: 254名 (2018年4月現在)

●関連事業所: 亀田工場

クリエイティブサーモン社 (カナダ)