

最新型の全自動蒸練機（生地製造装置）を導入し生産量及び売上高を増加させる

■本事業への経緯

機械化と顧客対応力が成長の原動力となった

昭和 53 年に創業、当初は餅の製造販売を手掛けていた。経済の成長と共に、卸先であったスーパーなどから餡入り餅などの要望を受けるようになり次第に商品数が増えた。その後、業務用食品メーカーとの付き合いが始まり、冷凍和菓子を納めるようになった。当時、スーパーなどへの販売は競争が激しくなっていた。それで、同社は次第に冷凍和菓子の比率を高め、スーパーなどへの販売から業務用和菓子の製造にシフトした。それが奏功して順調に成長を続け、平均で売上高を 10% ずつ伸ばしている。

大きく成長するきっかけとなったのは、創業から 2 年後に購入した包餡機だ。餅の中に餡を入れて包む機械である。餡を包む作業は職人が一つひとつ手作業で包むもので、素人が簡単に出来るものではなかった。そのため、一日に製造できる数には限界があった。しかし、購入した包餡機は 1 分間に 60 個もの餡を包むことが出来た。見た目も美しい。生産能力は飛躍的に高まった。機械化によって製造原価も下がり、競争力も高まったわけだ。

こうして機械化を進めた結果、今では、生地を製造するための蒸練機を 4 台保有し、多品種の和菓子を製造することができる。1 日に最大でくず餅、大福を 12 ～ 15 万個、わらび餅を 1500 k g 生産することができる体制を構築した。餡の使用量は 1 日に 2000 k g と九州一を誇るという。

成長の要因は他にもある。小ロット化や急な発注内容の変更などにも可能な限り対応する。また、同社は



沖野 真一 社長

取引先から依頼されたものを製造する立場ではあったが、自ら新しい商品を企画開発し、それを提案するなど取引先の業績向上を支えようと努めた。同社は、創業者である先代社長の時代から新商品の開発に力を入れていた。それを引き継い



だ現社長も開発専属の部署を設け、専属の担当者を置いている。取引先から「こういうお菓子を作って欲しい」という要望を受けると、スピーディーに開発することができる。迅速な対応ができるというのは大きな強みだ。

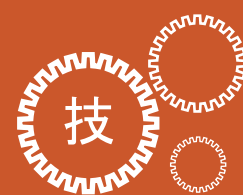
また、同社は営業が取って来た仕事は絶対に作ろうという文化が根付いている。忙しい時期でも、頼まれた仕事は何とか対応しようとする。そのことがお客からの信頼を強めることにもつながるのだ。こうして取引先との信頼関係を築いたことも同社成長の要因といえる。取引先の要求に応えながら開発した商品アイテム数は、大福、くず餅、わらび餅など 50 種類にまで増えた。

■事業の内容

海外展開を視野に設備を増強

しかし、景気回復と少子化の影響から人材確保が難しい時代になった。今後も限られた人員で従来通り、細やかで迅速な対応をするには従業員の負担が大きくなる。一方、同社の取引先である食品メーカーが和菓子を扱っており、販路拡大に力を入れている。アメリカをはじめアジアにも進出しており、和菓子を商材とした海外展開に力を入れている。その輸出の増加に合わせて和菓子の供給依頼を受けた。これは大きなビジネスチャンスになる。そこで、人手不足の解消と和菓子の生地の品質向上と生産量の拡大を図るため、設備増強に踏み切った。

今回は最新型の全自動蒸練機（生地製造装置）を導入した。和菓子の製造工程は、蒸練、包餡、トレー詰め、包装、ラベル貼り付け、検品、箱詰め、冷凍出荷で構



ものづくり技術

成されているが、今回購入したのは、もち粉を蒸して生地をつくる蒸練で使用する機械だ。前年、蒸練の次の工程となる包餡機を購入した。1 分間に 60 個の包餡ができる機械を 6 台所有していたが、それに加えて 1 分間に 200 個を包餡できる機械を増設した。そのため、包餡能力が上がった。しかし、前工程である生地づくりが追い付かず、包餡工程では待ち時間ができるようになった。その解消のために全自動の蒸練機を購入したというわけだ。

■事業の成果

全自動蒸練機の導入で生産性と品質が向上

従来の蒸練機は、1 回に 100 k g の生地をつくることができたが、今回購入したものは 1 回に 200 ～ 250 k g まで対応できる。つまり、処理能力がこれまでの 2 ～ 2.5 倍に高まったことになる。1 日に 100 k g の釜 4 台を使い、1 台当たり 19 回の蒸練を行っていた。しかし、設備導入後は、1 台当たり 8 回の蒸練で済むようになり、その結果、1 日の蒸練にかかる時間が 9 時間から 4 時間 10 分と半分以上に短縮できるようになった。さらに、生地をふっくらとさせるエアレーション機能によって、これまで以上に良い生地ができるようになった。大量生産が可能になり、価格競争力も強くなった。しかも、品質の向上も果たした。新しい蒸練機で、求めるような生地になるまで時間を要したが、そのロスは想定内だったという。

■今後の課題・展望

アジア圏での販路を見込む

今回の大量生産に対応できる体制の構築は、和菓子の海外展開を見込んだものだ。海外展開については、



▲設備投資した蒸練機。従来型の 2 ～ 2.5 倍の製造能力をもつ。



▲1 分間に 200 個を包餡できる機械を増設した。



▲厳しい品質管理体制



同社の主力である大福、くず餅、わらび餅は、1 日に 30 万個製造する。

大手企業が先行していて、アメリカの市場を押さえている。後発組の同社としては、中国などアジア圏での市場開拓に力をいれたいと考えている。実際に、2 年前から海外での売上が伸び始めている。

近年、外国人観光客が増えている。観光客の多くは、日本で日本文化に触れることを望む。和食や和菓子は日本が誇る食文化である。日本の食文化を体験する外国人が増え、同社の海外展開する際の認知度があれば、新しい市場を開拓するチャンスは広がる。

企業概要

会社名 北九食品株式会社
住所 福岡県鞍手郡鞍手町中山3059-1
代表者 沖野 真一
連絡先 0949-43-5500
資本金 3,000万円

設立 昭和53年3月
事業内容 冷凍和菓子製造

従業員数 70人(2017年現在。パート・アルバイト含む)
ホームページ <https://www.kitakyushokuhin.jp/>