

株式会社阿蘇とり宮

熊本県阿蘇市 www.torimiya.com

製造過程の見直しと
製造量アップによる経営基盤の確立

もともとは先代が鶏肉の行商からスタートした老舗精肉店です。
観光名所でもある阿蘇神社から続く商店街にて、
精肉をはじめ、コロッケやハンバーグなどの手作り惣菜も販売。
道の駅やホテル・スーパーとも取引し、ここにしかない旨さを届けています。

所在地	〒869-2612 阿蘇市一の宮町宮地3092-2
代表者	代表取締役 杉本 真也
電話	0967-22-0357
業種	飲食料品小売業
資本金	500万円
創業	1955年
従業員数	10名
採択年度	平成28年度



1,2,3,4. 導入した食品加工機類。地元では珍しいほどの設備の揃った食品加工工場に

5,6. 人気の馬ロッケやハンバーグ

事業取り組みの目的

熊本地震で店も地域も大打撃。
地域活性のためにも自社体制を見直し

地元に根ざした精肉店として、食肉の販売や加工をしながら営業を続けてきました。そして見舞われた2016年春の熊本地震。阿蘇神社の楼門倒壊、道路の寸断などもあり観光客も激減。地域の子どもの通学にも支障が出て、阿蘇エリアの人口流出にも歯止めが効かない状況でした。

そんな中でも、まずは地場企業が元気でいることがエリア活性の底力になると考え、少数精鋭での営業体制を整えたいと、人手を多く必要としていた加工食品の製造過程を見直しました。

取り組み内容

手作りの良さ生かしながら
機械化のメリットを享受

地震後、ある大手企業から復興支援で

購入したいと、人気商品である「馬ロッケ」2万個と「あか牛ハンバーグ」8千個の大口注文が入ったんです。当時は手作りですべてを生産していたので、1週間店舗を閉めて、スタッフ総出で作りました。

その経験もあって機械化と効率化は必須だと感じていたので、具材の計量と成形を行う包餡機や均一に焼き上げるための鉄板のほか、回転釜、スチームコンベクション、急速冷凍機など7種類を導入。それまで手作り一筋でやってきたので最初は作るスタッフにも葛藤もありましたが、今では機械ならではの生産性にきちんと手をかける部分も持たせることで、手作りの良さも両立させています。

取り組み後の状況とこれからの展望

大切なのは機械に頼ることではなく
使いこなせるプレイヤーになること

加工工場はHACCPを導入し、徹底した衛生管理と品質管理に取り組んでいます。

機械を導入したことで、どんな大口オーダーにも対応できるようになり、実際に全国展開のカレーチェーン店とのコラボ企画も2年連続で実現しました。かつての手作業中心の生産体制では出来なかった事業の1つです。この実績は自社の宣伝効果も大きく、きちんとした工場があることが安心材料と自信になり、BtoBの営業活動の幅も大きく広がりました。機械を上手く使って生産性を上げることで、売上も上がっています。

商売をする上では、常に今がどん底とも最高とも分からないもの。その中で日々の業務をきちんと続けていくことは必須です。弊社も機械を導入しましたが、機械を入れれば上手くいくとは限りません。自社の商品の強みを知り、メリットを考え、今後のビジョンを見据えた上で取り組むことが大切です。私たちも少数精鋭でさらに良いものを作り、新たなステージに挑戦できるよう、これからも取り組んでいきます。