

ミライロと関鑑× FUKUOKA2020

次世代を担う学生が成長企業を取材し、自分が将来活躍するフィールドを探しに行くコーナーです。



学生スタッフ NPO 法人学生ネットワーク WAN

取材 株式会社ふくや かわ はら たけ ひろ
代表取締役社長 川原 武浩氏

■今月の取材先 株式会社ふくや
〈住所〉福岡市博多区中洲2-6-10
〈電話〉092-291-3575
〈概要〉「強い会社、いい会社」を経営理念に掲げ、72年にわたり辛子明太子を製造・販売する福岡の会社。「おいしさ、ひとすじ。人、ひとすじ。」をモットーに、お客様と地域社会のために幅広く商品を展開している。

「地域社会のために、進化し、創造し続ける」

創業当初から「ものづくりの心」を大切に、お客様の笑顔を広げるために新たな商品やサービスを生み出し続けるふくや。今回は、そんなふくや 代表取締役社長の川原さんにお話を伺いました。

ふくやが大切にされている「ものづくりの心」について教えてください。

「ものづくりの心」とは、かつての明太子と同じように、**今この世の中になく食べ物やサービスをお客様のために作って**いこう、というふくやが大切にしている考え方の一つです。

ふくやを創業した私の祖父は、戦争を経験し、社会貢献という目的のために会社を設立しました。ふくやという会社は、利益を出して贅沢をするためではなく、世の中の役に立つためにできた会社なので、まずはその理念をしっかり受け継ぎ、世の中にとって意味のある会社であり続けなければならないと思っています。

しかしその一方で、変えていくべき部分もあります。例えば、少し前までは「ふくやは卸売りをしない、スーパーやデパートでは売らない」と言われていました。確かに以前は直営店と通信販売だけで、スーパーやデパートでは販売を行って

いなかったのですが、それは当時、日本中にコールドチェーンという冷蔵による物流の仕組みがなかったために、目の届かないところで明太子を売ると途中で品質が悪くなる心配があったからです。しかし今は、日本中、冷凍・冷蔵で物を運ぶことができます。昔はできなかったことが、時代が変化することによってできるようになりました。だから、**積極的に昔の固定観念を壊していくことが私の仕事の一つですね。**

それぞれ受け継ぐべきことと変えるべきことがあるんですね。そんなふくやの明太子の強みは何でしょうか。

ふくやの明太子は非常にシンプルです。良い材料を使い、漬けあがりに手を加えず、シンプルに味をつける点が特徴です。最近では、唐辛子をあまり加えない甘めの明太子が流行っていますが、ふくやは、唐辛子が多く入った、香りの良い明太子を作り続けています。シンプルがゆえに味のごまかしが全くできないので、少しでも品質が落ちた原料を使うとふくやの味になりません。

ふくやは一般的な明太子以外にも、チューブ型の明太子「**tubu tube (ツブチューブ)**」のような、今までの明太子の概

念を覆した商品がありますが、このような新しい商品を生み出す秘訣は何でしょうか。

新商品を作るのに大切なことはいくつかあります。一つ目は世の中の変化に対応することです。新しい素材や新しいパッケージなど日々進化しているので、そういったテクノロジーの進化にきちんとついて行くことが必要だと思います。二つ目に、明太子業界だけでなく他の業界のこともよく知ることです。

例えば明太子をチューブに入れるというのは、一見すると不思議なアイデアかもしれません。しかし、チューブに入っている身近なものを思い浮かべると、化粧品や歯磨き粉など、実に多くのチューブ型製品があります。そこで、明太子をチューブ型にするとうなるのか考えたところ、「すぐに食べられる」や「調理の手間が省ける」といった便利な点が多いと感じました。それならばチューブに入れてしまえば良いじゃないかと思ったのが発想の原点です。「tubu tube」を販売し始めた当初は、歯磨き粉みたいと言われましたが、「**当たり前を疑うこと**」が新しい商品を出すときに大事な視点だと思います。これまで通りにやっていると、今世の中にある商品しかできないですからね。

もう一つ大事なことは、お客様が何に困っているかをきちんと知り、考え抜くことです。**お客様の立場に立って真剣に考えることが大切だと思います。**チューブの明太子は若い方向けのデザインに見えるかもしれませんが、実はご高齢のお客様もたくさん購入されています。というのも、明太子はまな板を準備し、包丁で切る必要があるので洗いものも増えてしまいます。なので、ご高齢の方にとっては、刃物を扱う必要のないチューブ型の明太子が実は非常に便利なのです。

また、他社も含めた明太子のチューブ型製品の中で、弊社独自の特徴が2つあります。「キャップが無くならない」点と、「外側のフィルムを剥がすとすぐに使える」点です。

歯磨き粉や化粧品などのチューブ型製品で、キャップを紛失した経験がある方も多いかと思いますが、「tubu tube」のキャップはチューブ本体と繋がっているので失くすことはありません。また、新品のマヨネーズやソースについているような、キャップを外した後の小さな銀のシールもつけていません。銀のシールは非常に小さく、外しにくいことも多いのですが、「tubu tube」は外側のフィルムを外すと、すぐに開けられるようになっています。

ふくやの商品には様々な工夫がなされているんですね。ところで、ふくやは、役員と部長以下の方々は全員完全に役職が無いようですが、社内体制はどのようになっているのでしょうか。

私が社長に就任してから、**一般的な会社では課長に当たる所属長を、2年の任期で交代制にしています。**ですので、場合によっては若い社員がリーダーになったり、入社して10年



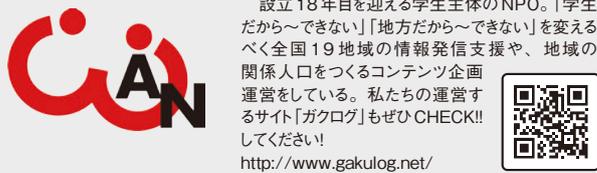
もたないうちに課長職まで一気に上がることもあります。今一番若いリーダーは、34歳の女性の方ですね。今は時代の変化が早く、その時々によって最適な人材はどんどん変わっていくので、初めから2年間という期限をつけ、リーダーを任せられる人にどんどん交代していく仕組みを取っている点がふくやの特色だと思います。また、社内体制を考えるうえで一番問題だったのは、本当に課長にふさわしい人材が出てきたときに、その人に課長職を「任せ続けるか」ということです。会社としては良いことのように見えるかもしれませんが、その人に「任せ続ける」と、部下が成長しなくなってしまいます。**会社の未来を考えて、社員が成長し続けられるように、人材が流動化するような仕組みに変えたことは、他社と比べても特殊であるかもしれないですね。**今年からは課長職も約5割が女性になりました。

最後に、今後のふくやのビジョンを教えてください。

昔から変わらないのですが、まずふくやをこれからも続けていくことです。福岡の人から「ふくやがあって良かった」と思われ、そして従業員からも「働いていて良かった」と誇りに思ってもらえる会社であれば、明太子屋さんでなくても良いと思っています。ただこれまでずっと食に関わる仕事をやっていますので、**食品を通じて社会に貢献できる会社であり続けることが唯一のビジョンですね。**

昔ながらの思いを受け継ぎつつ、新しいことにも積極的に取り組むふくやは、これからも福岡を担う素敵な会社だと強く感じました。

取材日：8月25日



■NPO法人学生ネットワークWAN とは？
設立18年目を迎える学生主体のNPO。「学生だからできない」「地方だから～できない」を変えるべく全国19地域の情報発信支援や、地域の関係人口をつくるコンテンツ企画運営をしている。私たちの運営するサイト「gakulog」もぜひCHECK!!
してください!!
<http://www.gakulog.net/>

■FMラジオ番組「FUKUOKA2020」とは？
福岡市中央区のコミュニティFM放送局「コミュニティラジオ天神 (FM77.7MHz)」にて、毎週木曜日19:00～ON AIR! 地域の情報・次世代ビジネス・地方創生などの最新情報について、大学生を中心とした若手メンバーとゲストで発信するラジオ番組。ラジオというメディアの新しい可能性を、ソーシャルメディアやスマートフォンファーストでビジネスを考えている世代が探っていきます。