

品質とともに認知を 新たな切り口で価値向上



▲石丸一三社長

法律で塩田が全面的になくなることに不安を抱いた松山市の有志が1971年、自然塩存続運動を始めたのが最初。塩田を残すことはかなわなかったが、自然塩を残そうという消費者運動がきっかけとなり、瀬戸内海の伯方島で特殊用塩として生産できるようになった。現在では知名度ナンバー1の「伯方の塩」という名前には、伯方島の塩田を復活したいという願いが込められている。

2000年に竣工した大三島工場には見学コースを設置。塩作り体験や伯方の塩ソフトクリームの販売などを行い、コロナ禍前までは多くの観光客が訪れ、塩を身近に感じる場となっていた。「商品名は広く知られるようになった。その優位性はあるが、品質も含めて知ってもらうことが大事」と石丸一三社長は強調する。「『伯方の塩』を使い続けたいと思われる消費者を1人でも多く増やすには、店頭に並べるだけでなく、手に取って使ってもらわなければならない」。新たな購買層を増やす狙いで、SNSを使った情報発信やレシピ提案を積極的に続けている。

現在、注目を集めているのが使い切りポーシオンタイプの「味香塩（あじかおるしお）」。

抹茶、梅、柚子、生姜などのフレーバーをそろえる。ニーズが強まっているテイクアウトやデリバリー向けにも好評だ。「減塩志向が叫ばれるが、夏場だけでなく年間を通し塩分補給は大事なこと。必要量はとるべきということを訴求しながら、こうした新たな商材とともに塩の価値向上を図りたい」。

岐阜「鶏(ケイ)ちゃん」全国へ 職場環境守り、安定品質図る



▲本社工場で働く従業員みなさん

1969年に創立し、岐阜県下呂市、郡上市周辺の郷土料理「鶏ちゃん」の冷凍・チルドパックを製造販売している。「萩屋ケイちゃん」ブランドでみそ味、ピリ辛みそ味、しょうゆ味、塩味の定番の味に加え、パスタなどとも相性の良い「ナポリタン味」、厳選した鶏もも肉だけを使用した「岐阜県産もも肉100%使用萩屋ケイちゃんみそ味」などを取り揃える。また、冬場にも鶏ちゃんを楽

しんでもらうため、「萩屋ケイちゃんみそ味鍋スープ」を発売。「萩屋ケイちゃんみそ味」と野菜を入れて煮込むだけで簡単に出来上がる。

「鶏ちゃん」を全国に広めていくため、地元のバックメーカー、飲食店らと「鶏ちゃん合衆国」を建国し、知名度アップを図っている。

工場では、早期にISO22000を取得し、岐阜県HACCPも取得するなど、安全・安心な製品づくりに努めるほか、自動充填機、包装機を新しく稼働し、生産能力の強化に加え、既存生産ラインの故障などに対応している。

一方、従業員の働き方改革にも積極的に取り組む。フル生産期でも1日7.5時間稼働、休憩時間は1日あたり1.5時間を十分に確保、交代制にすることで生産量を維持している。残業はせず、年間休日は120日、有給休暇は平均9.5日取得されている。それぞれ担当の仕事をローテーションして、誰が担当しても安定した品質を確保し、急な休みでもフォローし合える職場環境を作ること、働きやすい職場づくりに取り組んでいる。