

品質第一の製品作りを徹底 生産者との信頼関係も重視



▲三田飲料の三田大介社長

業務用向けに果汁・果実飲料・製菓材料・コーヒーなどを製造・販売している三田飲料は、1924年の創業以来、「我が子に食べさせ、飲ませるように」を基本理念に、原料の吟味から一つ一つの製造工程、物流体制に至るまで、新鮮さ・安全性・味わいなどすべてに注力し、品質第一の製品作りを徹底している。

「トレーサビリティに対応できない果汁はどんなに安くても使わない。製品以上に原料の選定に時間と労力を注いでおり、お客様の目に見えないところでコストをかけている」と三田大介社長は述べる。

そのため、製品は価格よりも価値に重きを置いたものとなる。

「当社の希釈用製品は他社製品と比べ100円高かったりするが、1杯単価あたりの価格で見ると他社製品と大差がない上に品質も格段によい」と胸を張る。

三田飲料のサステナブルな取り組みは調達面で垣間見られる。

調達では、父である前社長の教えを守り取引先との信頼関係を重視。「長年お付き合いのある取引先は、果汁原料が減産に次ぐ減産で買い付けできない状況になったときも、当社が必要とする全量を普段と変わらない高い品質で確保して下さった。このような過去から、原料を選ぶ基準は価格ではなく信頼。今まで以上に全社一丸となって、これまでも、これからも、お客様とWINWINの関係を築き、当社の製品の価値を深く理解して下さるお客様に、誠意と熱意をもって応えていく」考えた。

国産素材も積極的に活用して国内農家と海外と

の橋渡しにも取り組む。

「生産者の高齢化や人手不足といった課題に取り組まないと日本のよき果物文化が廃れてしまう。民間企業としてこの課題に取り組むべく、当社は既に農家様と情報交換を行い、これに加えて社員が定期的に産地を訪れ収穫を手伝うなどして生産者との関係構築につとめている」という。

同社は、北は山形から南は沖縄まで、交流のある農家様の農園の一部を借り受け、宮崎と沖縄には専用農園を持つ。

「生産者にとっても原料が製品化され最終消費者にどのような形で提供されているのかを知ることやりがいいにつながると考えている。最近では、若い人たちが農業に従事するようになり頼もしく感じる」と語る。

同社は21年、創業98年を迎える。2年後の創業100周年に向けて、新型コロナウイルス感染症拡大の壁を乗り越えるべく取り組んでいく。

「社員には環境に“抗わず”でも“流されるな”と言い聞かせている。逆にこういうときだからこそ、見えてきた部分がたくさんある。具体的には差し控えたいが、それらを1つ1つ精査してかなり掘り下げることができ、様々な分野にチャレンジしている」と説明する。

コロナによって、社内にはいい意味で緊張感が走り、領域拡大の機運が高まってきているという。

「以前は既存のお客様からのご要望が多かったこともあり、それをこなすので精一杯な印象であったが、コロナで需要が減ってしまっているので、社員も考えざるをえなくなり、機動力が上がってきている」と評する。