



まいど！ざいむ局です！ ～ 起業家編 ～

関西元気企業

～時流を読んで決断、安心・安全で美味しい大衆食を～

今回ご紹介する企業は、奈良県北葛城郡広陵町にある食品メーカー「SD 食品株式会社」です。冷凍お好み焼きや焼きそばの製造・販売を行っており、特に冷凍お好み焼きについては、生産能力日本一を誇る設備を導入している企業です。

長引くデフレで食品の値下げ競争が激しく、多くの企業が売上減少に苦しんでいるなか、品質の妥協を許さず、売上を伸ばしておられます。時流を読んで決断し、企業を成長させてこられた秘訣を、社長である広川氏にお伺いしました。

企業情報

名称 SD 食品株式会社
所在地 奈良県北葛城郡広陵町大字大塚
375 番地 1
創業 1989 年（平成元年）
代表者 広川 享徳
従業員 63 名 資本金 10 百万円
H P <http://www.sdsyokuhin.co.jp/>

● 事業を始めた当初のことを教えてください。

～ スナックの経営から食品メーカーへ「これからは惣菜が伸びる」 ～

飲食業の経験は全くありませんでしたが、夫婦二人で橿原市にスナックを開きました。それと、料理が得意だったので、空いている昼間の時間を使ってカット野菜を作り、スーパーに納品していました。スナックは人気があり経営も順調だったのですが、子供が小学校に入学することになったので、夜の仕事をやめ、カット野菜の製造・販売を手がける広川食品(現SD食品(株))を1989年(平成元年)に創業しました。

最初はカット野菜のみを扱っていましたが、スナック時代にメニューとして提供していたお好み焼きのファンだったお客様から、「カット野菜を売るのなら、それでお好み焼きを作って売ったらどうや」と言われたのがきっかけで、カップにお好み焼きに必要な具材を詰め、混ぜて焼くだけで作れる商品を開発しました。それを豆腐や漬物などのいわゆる日配食品のコーナーに置いてもらい、販促活動で妻がホットプレートで焼いて実演販売していましたが、これが好評で、惣菜デリカコーナーで焼いたお好み焼き自体を店頭販売したところ、1日に100枚も売れました。

当時は夫婦共働きが増えてきた時期であったため、「これからは惣菜が伸びる」と確信し、カット野菜などをやめて「惣菜一本」でやっていくことにしました。その後もお好み焼きの売上は伸び続け、ホットプレートではなくバックヤードに鉄板を置いて焼いていました。また、スーパー自身もお好み焼きや焼きそばを厨房で調理して惣菜売場に並べるようになり、当社も業務用のセット(10食セット、混ぜて焼くだけ)の売上が急増しました。



SD 食品株式会社の社屋兼工場

● お好み焼きには、かなりこだわっておられるそうですね。

～ 原料は自分が納得したものしか使わない ～

キャベツは群馬県嬭恋村産などの新鮮な国内産、粉は当社オリジナルのミックス粉、油は米油とごま油をベースとした非遺伝子組換え油、卵は新鮮な国内産など、原料は自分が本当に納得した良い物しか使っていません。例えば、天かすについては、米油とごま油のみで揚げており、天気や湿度に応じて水加減を調整するなど細部にまでこだわっています。当然、品質を下げれば原料をもっと安く仕入れることは可能ですが、安ければいいというわけではありません。一度でも味が落ちた商品を提供すると、お客様はそれに気づき、二度と戻ってはきてくれません。常に新鮮な原料を使って品質を一定に保ち、良い商品をいつまでも作り続けることが重要です。バイヤーの中には、中国などの海外製の冷凍お好み焼きを引き合いに出して価格交渉される方がおられますが、その時点で取引をお断りするようにしています。



● 「惣菜」だけではなく、「冷凍」に進出されたのは何故ですか。

～ 「これからは手間がかからない冷凍食品の時代になる」と考え、中古工場を購入 ～

業務用の「生」のお好み焼きや焼きそばで業績は伸びていましたが、先ほども言ったように、夫婦共働きがますます増えて一般的になるなか、「これからは手間がかからない商品が求められるようになる」と考え、より簡単に調理できる「冷凍」のお好み焼きを作ろうと考えました。また、スーパーは鉄板を使って「生」のお好み焼きを焼き上げ、惣菜として提供していましたが、鉄板を置くスペースのないスーパーも増えてきたことから、鉄板を使わず湯煎や油で揚げるなど、より簡単に調理できるような改良が求められていたのも要因の一つです。

ちょうど既存の工場が狭くなってきたので、香芝市に新しく工場を作ろうと考えて仮契約まで結んでいたのですが、工場移転でお世話になっていた商社から「東大阪に廃業した冷凍工場があるので買わないか」と誘われたため、即決で購入しました。もともとその工場にあった急速冷凍設備も使えたため、設備投資費用の抑制にもつながり、一石二鳥でした。

● 日本一の生産設備があるとのことですが、どのような設備なのでしょう。

～ 機械の開発から携わり、生産能力も万枚/日 営業攻勢で売上増加 ～

東大阪工場では「遠赤外線銅板焼成機」という業務用魚焼き機を改良した機械を使ってお好み焼きを焼いていたのですが、260g までのお好み焼きしか作れませんでした。実はお好み焼きは年月と共により大きなものが好まれるようになってきており、取引先からももっと大きなお好み焼きを製造してほしいという要望が出てきました。そこで、金沢にある食品製造機械メーカーと手を組み、ハンバーグを焼く機械を転用してオーダーメイドで「電気式テフロンコンベヤー焼成機」を作り上げました。全く初めての取組であったため、開発から実用化までに2年間の歳月と1億円の費用を要しました。それまでの機械は片面しか焼くことができませんでしたが、新しい機械はテフロン加工のコンベヤーの下からと熱源のある上からの両面から焼くことが可能となり、外はカリッと、中はふっくらとした焼き上がりになります。他の企業がうちの機械を見たらびっくりすると思います。2009年(平成21年)に香芝の本社工場と東大阪工場を統合して広陵町に現在の工



電気式テフロンコンベヤー焼成機でお好み焼きを焼き上げる工程

場を建設した際、新しい機械を稼働させました。現在は、遠赤外線銅板焼成機は140g以下のお好み焼き、電気式テフロンコンベヤー焼成機は150g以上のお好み焼きといったように、作る大きさによって使う機械を変えており、2台合わせた一日の最大生産能力は6万枚と日本一です。

また、生産能力を増強したことから営業攻勢が可能となり、この数年間、売上が順調に増加しています。

● 今後の経営方針について教えてください。

～ これからも変わらずに時代の流れに即した商品の開発・販売を行う ～

今までと同じように、製品の質を落とさず、高齢者から子供まで誰もが安心・安全に食べられる時代の流れに即したお好み焼きを開発していくというスタンスは変わりません。

今後は、「介護食」と「アレルギー対策を施した学校給食」が有望とみています。高齢者でも食べやすい柔らかくて、かつ、おいしい介護食としてのお好み焼き、卵や牛乳にアレルギーを持つ子供でも食べられる学校給食としてのお好み焼きの開発などに力を入れていきます。



中央が広川社長、左側が副社長の奥様、右側が開発部リーダーの御子息

● ここまで成長してこられた秘訣を教えてください。

☆ 時流を読んで先に手を打つ

この先どうなるか、何が売れるかを常に考えて決断する。当社の場合、「これからは共働きが増えるので惣菜が伸びる」と考えて事業内容を絞ったこと、「これからは手間がかからない冷凍食品が伸びる」と考えて設備投資を決断したことがポイント。また、業況が悪くなってから次の手を考えるのでは遅く、良いアイデアも浮かばない。業況が良い時にこそ、先を読んで次の手を考える。

☆ 製品の質は落とさない

原料は全て自分が納得したものだけを使い、品質は絶対に落とさない。一度でも味が落ちたものを提供すると、お客様はもう戻ってこない。

☆ 商品開発に力を入れる

常に新しい商品を作り続けてきた。当社はお好み焼きだけで 200 種類以上の商品があり、ここまでの品数があるのは当社だけ。

<取材後記>

「一年間で一番冷凍お好み焼きが売れるのはいつか知っていますか？」筆者が分からずにいると、「実は 8 月なんです。夏休みに入るので両親が働いている子供がお昼に食べるようになるんですよ」と答えていただきました。これからは手間のかからない商品が売れるという社長の過去の決断が正しかったと言えます。

多くの人々に安心・安全でおいしいお好み焼きを食べてほしい。そのためには、原料の一つ一つにも妥協を許さず、自分が認めたものしか使わない。こだわり続けた品質は、社員が率先して自社のお好み焼きを購入していることから伺えます。

好きこそものの上手なれ。広川社長のお好み焼きを愛する気持ちは、この先も新たなお好み焼きの開発へと向かい、誰もが食べられる安心・安全な大衆食を提供してくれるのではないのでしょうか。