

# 企業訪問

## 株式会社 金トビ志賀

府相支店お取引先

「企業の目的は顧客を創造することである」経営学の父とも称されるピーター・ドラッカー氏はこう定義します。お客様なしに企業の継続はありません。そのため、企業自らがマーケットを創造し、育てようとする姿勢も求められます。一方で、企業とお客様の関係はしばしば“持ちつ持たれつ”的であると言われ、企業はお客様から教えられることが多いのも事実です。つまり、企業とお客様が共に成長していくことが重要であると考えられます。

製粉・製麺業の老舗、株式会社金トビ志賀は、麺業界の発展への貢献を果たすことでマーケットを育てようとする取り組みと、お客様である麺打ち職人によって鍛え、育てられてきた質の高い小麦粉とそれを使った乾麺が特長です。そしてさらに、麺の魅力を海外へと伝えようと新たな取り組みをはじめています。今回は株式会社金トビ志賀を訪問しました。



志賀重介社長

### ご当地グルメ “きしめん”

みなさんは最近“きしめん”を食べましたか？きしめんといえば名古屋を思い浮かべる方が多いと思います。しかし逆に“名古屋のご当地グルメといえば？”と問われればどうでしょうか。「名古屋のご当地グルメでは手羽先などに押され気味で、きしめんはやや地味な印象であることは否めない。」と話すのは株式会社金トビ志賀の志賀重介社長。そしてそのような状況を打破しようと打ち立てたのが『きしめん・でら・パスタ計画』。この計画では、日本の“きしめん”を世界の“KISHI-MEN”に育てようと様々な試みをしています。今回は新しいきしめんストーリーをえがく志賀社長をたずねお話をうかがっています。

### 【会社概要】

本社および製粉工場

所在地：蒲郡市丸山町4番38号

TEL：0533-69-3111

製麺工場

所在地：蒲郡市浜町95番1号

TEL：0533-67-3197

ホームページ

<http://kintobi.com/><http://www.kintobi.co.jp/>

創業：大正6年

### 育ててきた風格 ～金トビ印のブランド～

同社の歴史は古く、大正6年に製粉・製麺業として創業したことにさかのぼります。以来、100年近くにわたり技術の伝承と改良を重ね続け、その確かな品質は『金トビ』という名で高い評価を受けてきています。長い歴史の中で、「守るべき伝統は頑なに守り、変えるべきものは素直に変える」という姿勢を貫いて



金トビ印は高い品質の証

きた結果、創業以来の伝統である、味のある小麦粉を作る技術を確実に今に伝えつつ、用途に応じた各種の小麦粉は金トビ小麦粉として、それを使った四季折々の乾麺は金トビめんとして、多種多様な姿へと展開してきました。

麺用粉専門メーカーとして

小麦を挽いて作られる小麦粉。一口に小麦粉といってもその用途によって種類が異なります。一般的に大きく分けて強力粉・中力粉・薄力粉に分類されますが、同社ではその中でも麺の材料となる中力粉に完全特化する専門メーカーです。日本国内に大小多くの製粉メーカーがある中、同社のように麺用粉を専門に取り扱うメーカーは非常に珍しいようで、同社の大きな強みの源泉となっています。

同社は、麺用粉一筋に技術を磨き続け、風味豊かな金トビ小麦粉を世に送り出しましたが、それは「小麦粉の品質に非常に厳しく、卓越した技術を持つ麺打ち職人の皆さまによって鍛え、育てられてきた結果」と社長は言います。



卓越した職人さんの技術は最高の小麦粉を要求する

美味しい麺を打つために、職人さんが要求する小麦粉の質はそれぞれ異なり、またとても厳しく、繊細なものです。麺にした時の風味、麺のコシと味ののりをよくする表面のもっちり感を引き出す成分調整、使いやすさ、そして、品質の安定が求められるそうです。同社はその要望にこたえるため、改良を続けてきましたが、その結果が最高品質の金トビ小麦粉という形

となってあらわれているのです。

小麦は生き物

一口に麺用粉といっても、求められる特長は多様であり、微妙な仕様が求められますが、同社の製品はベストセラー“か



粉そのものに味があるのが特長

もめ”、伝統の“金トビ”など数種類に展開しています。実際に麺になった時のコシ、弾力感には小麦に含まれるたんぱく質の量と質によるそうですが、同社は種類豊富な小麦のそれぞれの特長をつかみ、絶妙に配合することで職人さんをうならせる小麦粉を生み出してきました。

「小麦は生き物である」と社長は言います。その品質は品種により異なるのはもちろん、土壌の質、気候などに微妙に左右されるため、仕入れる毎に品質にブレが生じるそうです。しかしながら同社には100年近くにわたって蓄積されたデータと職人の技が根付いているので、そのブレに左右されることなく、安定した高品質の小麦粉を挽くことが可能となっています。また、国産小麦にしかない豊かな風味を最大限引き出すためのブレンドを施しており、粉そのものに味がある小麦粉として、永年にわたり多くの職人さんに愛用され続けているのです。

一貫生産 ～製粉から製麺へ～

同社は、製粉工場に加え製麺工場を持ち、“金トビめん”として消費者へも直接訴えかけています。製粉から製麺へと一貫生産を行うことで、挽きたての小麦粉を使うことができたり、製品の改良を製粉部門から細かく行うことが可能



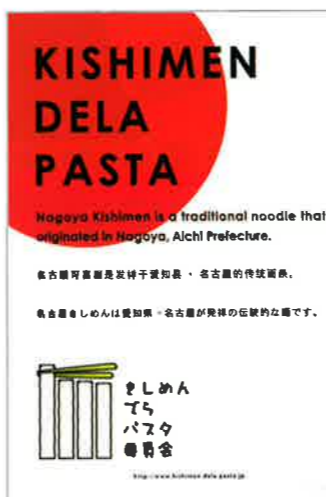
ラインナップ豊富な金トビめん

になったりします。また、消費者の好み、嗜好の変化を直接感じることもできます。そしてなにより「粉そのものに味がある」同社の小麦粉の魅力を最大限活かした風味豊かな乾麺を製造することができます。機械化を進めながらも麺打ちの基本である手打ちの技術、良さを踏襲しており、その風味、食感から金トビめんは多くのファンをひきつけています。

伝統の小麦粉に塩、水だけで作られている金トビめん。同社は食の安全にも高い意識を持ち、ISO9001の認証を取得するなど、おいしさに加え、品質の安定、向上にも取り組んでおり、2010年には食の国際品評会“モンドセレクション”で金賞を受賞するなど国際的にも高い評価を受けています。

THE KISHI-MEN

国内を見渡すと、麺需要そのものは縮小傾向



にあります。「きしめんをもっとメジャーに」を合言葉に誕生したのが『きしめん・でら・パスタ計画』。この計画は経済産業省の『JAPANブランド育成支援事業』の認定を受け、様々な支援

をいただきながら、きしめんを世界へ発信しようとしています。具体的には、純和風のオーソドックスなきしめんに加え、海外の日常食生活に浸透する斬新なメニューの開発にも取り組むことになりました。そこで、香港での展示会出展のほか、在日留学生の方の協力を得ての試食会、アンケートなどを重ね、その方向性を探ってきました。「外国人の方にも純和風のきしめんは好評であり、自信を深める一方で、海外の方の嗜好に合わせたメニューもやはり必要だと感じ」、徐々にメニューの絞込みを行っていくことになります。

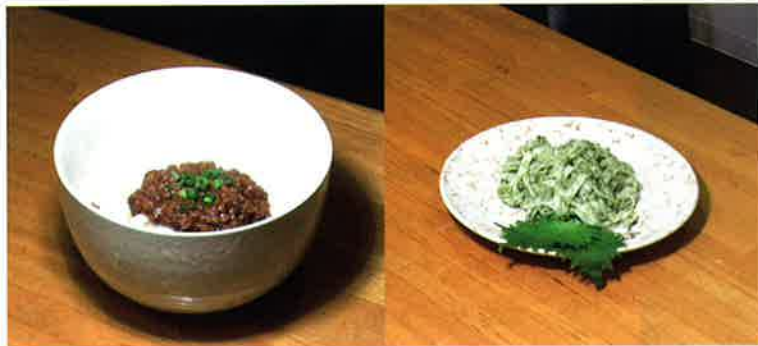


大盛況だった香港での展示会

愛知発!! “ボロネーゼ”と“ジェノベーゼ”

多くの試行錯誤を重ねた結果、様々なスープとトッピングの中から2つの味に絞り込むことができました。その2つの味とは洋食テイスト豊かな“ボロネーゼ風”と“ジェノベーゼ風”です。ただし洋食風といっても、きしめんはやはり名古屋めし、そこには愛知発の隠し味がしっかりと息づいています。まずはボロネーゼ風。“八丁味噌”をふんだんに使った肉味噌をベースにしたそれは、コクのある味わいに仕上がります。そしてジェノベーゼ風。こちらはバジルの代わりに“豊橋産の大葉”を使った風味豊かな一品です。

このように地元の食材にこだわりながら育て上げる“KISHI-MEN”。愛知の食文化であるきしめんを海外へアピールするものですが、メインターゲットである海外マーケットの先には、低迷する国内マーケットが視野に



愛知の魅力がしっかり詰まったボロネーゼ風(左)とジェノベーゼ風(右)を志している人もいます。また、ホームページでは“おいしい麺のゆで方”

入っているようです。「異文化との摩擦があつてはじめて生まれてくるものもある」と社長は言います。そして「きしめんとはこうだ」という決めつけを打ち破る」ことで低迷する国内需要に対する起爆剤としたいと意気込みを語っています。「海外で注目をあびることで国内での話題づくりにつながる人が多い」と、最近海外で注目をあびた日本人歌手の話題にふれながらお話しいただきました。

計画も最終段階に入り、これからは最後のつめです。きしめんの麺そのもののコシやもちり感、長さ・厚み・幅を検討しながら、味をうまくなじませると同時に、きしめん本来の魅力を引き出すような微調整をしながら、早期の販売に向けて活動を進めていくようです。

### おいしい笑顔の世界に

同社の経営理念には“おいしい笑顔の世界に広げます”があります。同社の製品は小麦粉、そして乾麺とあくまでも食材としての位置づけですが、麺を食べるといふ食文化の発展に貢献したいというのが社長の強い思いです。

麺文化の発展、すなわち食べる人の笑顔や小

麦粉の販売先である飲食店の商売繁盛こそが同社の経営の源で、共に歩んでいこうという姿勢が伝わってきます。

同社では麺文化の発展のために、手打ちうどん教室を開催しています。参加者の中にはうどん屋の開業

「おいしい麺のゆで方」や“だしのとり方”、さらには“こだわりレシピ”の紹介を行っています。少しでもおいしく麺を食べていただきたいという強い思いがそこにはあります。そして、2011年には『おいしいうどんラボ通信』を創刊し、うどんに関するトリビアや飲食店の紹介を行うなど、様々な角度から麺文化を見つめ、その発展に貢献しています。

最後に、今回の『きしめん・でら・パスタ計画』をなぞりながら、「きしめんにもっとメジャーになってもらうために、みんなで盛り上げていきたい。やわらかな発想で若い人からも注目されるよう、様々な方向性を探っていきます。」と抱負を語っていただきました。



『おいしいうどんラボ通信』でうどん文化を発信

麺打ち職人さんの厳しい要望にこたえることで着実に改良されてきた同社の小麦粉。「これからも、皆様のご商売繁盛の一助となるよう努力する。」と『美味しいうどんラボ通信』発刊にあたり社長は言っています。そして麺文化、麺業界を盛り上げようと企画された『きしめん・でら・パスタ計画』。“麺”に対する社長の想いの強さがうかがえます。今回の訪問では「まずやってみることが大切」と、これからも様々なことにチャレンジしていこうとする社長の熱い意気込みが大変印象に残りました。

最後に、貴重なお話を聞かせていただいた志賀社長をはじめ、協力いただいた社員の皆さまに心よりお礼申し上げます。

経営企画部 彦坂明茂