

# 企業探訪



写真右：代表取締役 大山 岳夫氏  
写真左：専務取締役 大山 壮郎氏



写真左：筑波総研(株)取締役社長 小倉 利男

## 株式会社 吉田屋

代表取締役 大山 岳夫氏  
専務取締役 大山 壮郎氏

聞き手／筑波総研 株式会社 取締役社長 小倉 利男  
文 責／筑波総研 株式会社 主任研究員 佐々木 里也

### ■会社概要

本 社：茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 546  
創 業：天保元年(1830年)  
設 立：昭和 29年 6月(1954年)  
従業員：20名  
事業内容：梅干、漬物類製造・販売、梅カフェ運営  
URL：<http://www.kk-yoshidaya.co.jp/>

### 1. 「事業概要」と「創業の経緯」について教えてください

当社は、天保元年（1830年）に、初代大山浅吉により「吉田屋浅吉商店」の屋号で創立されました。現在本社がある大洗町磯浜で商いを始め、創業以来、梅干、奈良漬、らっきょう・生姜などの漬物を製造、販売してきました。

昔は、一般小売は行わず、常磐炭鉱や日立鉱山向けに、労働者の塩分補給として業務用商品の販売を行っていました。その後、茨城県内の産業構造が変わり、鉱山向けの売上げが減少していきました。また、流通構造も変化して食品問屋が衰退し、その代わりにスーパーが出現し始め、当社の販売体制も大きく変化していきました。昔は7割を占めていた問屋ルートの販売がほとんどなくなり、現在では、キヨスク、高速道路売店、デパート、ホテル等に直接卸売りしています。このほか、インターネット・通信販売経由で販売をしています。当社のお客さまは、「口コミ」による固定客の方が多く、1,000名以上のお客様がリピーターとして、中元歳暮を含めて定期的にご購入いただいています。

現在、社長を務める私（大山岳夫氏）が7代目で、専務を務める私の長男（大山壮郎氏）が8代目にあたります。

従業員は、私と妻、専務夫妻、私の母の5名と、社員15名（内パート10名）の計20名になります。

### 2. 現在どのような商品を販売されているのですか？

創業以来、梅干を中心とした漬物類を販売しています。梅干の種類は、30種類以上あります。

現在、1番人気がある商品は、「三年梅」です。これは、梅の最高品種「南高梅」を、一粒ごとに丁寧に漬け込み天日で干し上げた後、3年間熟成させ、塩分を10%に抑えて仕上げたものです。

2番人気の商品は、「スイート梅」です。これは、高級南高梅を独自の「2段漬け込み」で漬けあげたもので、デザート感覚の梅として女性に大人気の商品です。

3番人気の商品は、「八代目」です。これは、「南高梅」を用い、にがりとミネラルを豊富に含んだ「赤穂の天塩」で漬け込み、塩分を10%に抑えた無添加梅干です。

これらの商品は南高梅を使った商品ですが、当



本社「梅カフェ WAON」



本社「梅カフェ WAON」店内



本社「梅カフェ WAON」店内 いろいろな品種の梅が楽しめます！

社では茨城県産の梅である「常陸乃梅」を使い砂糖のみで漬け込んだ、無添加無着色（保存料、甘味料、着色料、香料等無添加）のシロップ「Pure Sweet」を最近開発し、人気急上昇しています。常陸乃梅の新品種である「露茜（つゆあかね）」と一般的な品種である「青梅」を使い、2つの味をご用意しています。甘酸っぱい味で、お子様からご高齢の方まで幅広い方にお飲みいただけます。これから気温が上がり蒸し暑くなる季節にぴったりの商品です。

### 3. 貴社では、積極的に新商品開発をされていますが、どのように商品を開発・製造し、業務を拡大されてきたのでしょうか？

時代とともに商品に求められるニーズが変化するので、それに合わせた商品を開発していかなければなりません。ただ、どこにでもあるような商品では、お客様に喜んでいただけません。手間暇を惜しまず伝統の味・製法を守りつつ、その時々のお客様のニーズに合わせていくための工夫が必要です。

#### (1) 伝統を守る

当社では、「味」にこだわりもち、先祖代々伝えられた「レシピ」を守っています。そして、素材にこだわり、原料を見る目もち、醤油、みりん、塩、味噌、酒粕など、先祖から教えられた仕入先を今でも大事にしています。また、「製法」にこだわり、梅干は、機械乾燥ではなく「天日干し」をしています。生梅を水洗いして3週間塩漬にした後、「土用干し」といって7~8月頃に3日3晩天日干しします。それを樽に並べ、最低でも半年間



無添加無着色「Pure Sweet」 甘酸っぱい味でこれからの季節にぴったりです！



#### 「工場」

梅の実が出る6~8月は、慌ただしくなりますが、手間を惜しまず伝統的な製法にこだわっていきます！！



冷暗所に保存、味を調べ（塩が枯れて酸味が増す）、商品化します。当社は、こうした製法の基本を伝統として大事にしています。

#### (2) 時代のニーズ合わせる

これまでも、お客様や時代のニーズに合わせて様々な商品を開発してきました。6代目の先代社長は、商品の中に「鉄砲漬」を加え、大ヒットさせてきました。7代目である私も、小粒の梅干をシソの実と大洗特産のかつお節で調味した「かつおうめ」や現在人気商品になっている「三年梅」のヒット商品を開発してきました。「かつおうめ」は、24歳で実家に戻って3年後、駅の売店で食べた梅干がおいしく、それが小田原で作られていると聞き、自ら出向いて調べ改良したものです。自分の味にするまでに、1年以上かかりました。

現在の新商品開発は、8代目である専務が中心に行っています。売れ筋の「八代目」「スイート梅」の開発は、私も携わりましたが、商品の企画、ネーミング、パッケージデザイン、ネット販売などは、専務が担当しました。

「スイート梅」の開発は、専務が「若い人のニーズに沿ったお菓子感覚の梅干を作りたい」という思いから生まれたものです。

私は、お客様や時代のニーズに合わせた商品を開発するためには、専務をはじめとする若い人の考えを積極的に取り入れて、それを具現化するための支援をベテランが率先して行うことが大事だと考えています。

#### (3) 地域資源を活かす（大山専務より）

当社は、「地域資源活用」や「農工商連携」などに積極的に取り組んでいます。



「梅カフェWAON店内」常陸乃梅を使ったいろいろな商品をご用意しています！



梅カフェメニュー「おにぎりセット」  
お好きな梅を選ぶことができます！

梅カフェメニュー「お茶漬けセット」  
お好きな梅を選ぶことができます！

「2色の梅コンフィチュールの常陸  
乃梅ロールケーキ梅ゼリー添え」

「常陸乃梅カスタード添え  
サクサクミルクフィッシュ仕立て」

「常陸乃梅シロップソースの  
濃厚チーズケーキ」

「猿島紅茶」

各種「梅ドリンク」あります！

生産者の方やマーケティングのプロフェッショナルの方と連携し、地場の資源を活用することで、他地域の企業にはまねの出来ない、オンリーワンの商品を生み出す事が出来ます。

現在、国の「農商工連携」事業に応募し、茨城県産の梅のブランド化に取り組んでいます。最近人気の無添加無着色のシロップ「Pure Sweet」も、梅の最高品種である南高梅に勝るとも劣らないにもかかわらず、これまであまり利用されてこなかった茨城県産の梅を「常陸乃梅」としてブランド化し、実際に商品化したものです。少し前までは、茨城県内に味に優れた梅の品種があるにもかかわらず、県内関係者にもあまり知られていない状況でした。

つくば市にある農研機構果樹研究所が開発した新品種「露茜」は、スモモと梅の交配によって生まれた新しい品種で、全国に先がけてJA土浦千代田梅部会が栽培していました。この「露茜」の加工先が見つからないときに、当社が中小機構や商工会などへ相談したことがきっかけに連携が始まり、商品化までたどりつきました。まだ、始まったばかりの取り組みですが、生産者の方々と協力しながら、茨城県産の梅を「常陸乃梅」としてブランド化するため、商品のバリエーションを少しずつ増やし他地域の企業にはまねの出来ない自社独自の商品を生み出していきたいと思います。

#### (4)「梅カフェ ワオン (ume cafe WAON)」オープン (大山専務より)

平成26年4月8日に、本社店舗を改装し、全国初の梅専門カフェ「ume cafe WAON」を開店しました。茨城県初の梅ブランド「常陸乃梅」を見て食べて楽しめ、ゆったりとくつろげる空間です。新しい茨城の梅文化を発信していくとともに、梅を取巻く地元の様々な素材とのコミュニティーの場を創りました。大洗の潮風の中、WAON (和音) が色々な音と一緒に街を元気にするコミュニティーの場になってほしいと考えています。

梅カフェでは、和食からスイーツまで、梅のドリンクを飲みながら見て食べて楽しめるメニューをご用意しています。これらのメニューは、私の母や妻が中心となって開発をしています。

#### 4. 業務拡大にあたっての試練や転機はありましたか？

東日本大震災です。大洗は皆様もよくご存知の通り大きな被害を受けました。当社も、店舗の5メートル先まで、津波が押し寄せ間一髪の状態でした。地震の影響で、工場の石蔵が倒壊したりしました。JCOのときも風評被害はありましたが、今回はそれ以上でした。大洗の観光客は激減し、放射能の風評被害で、2011年3月から12月までの売上は2割以上落ち込みました。それでも、2012年1月から販売を開始した、「スイート梅」が売上に貢献し、業績は回復しつつあります。

東日本大震災は、当社の業務を見つめなおす機会となりました。震災を機に、もっと上を目指したい、目指さなければならないという気持ちが湧いてきました。そのためには、守りの姿勢だけではだめで、若い人の力を積極的に取入れながら地域とともに、新しいことにチャレンジしなければならないという気持ちになりました。

大洗町では、TOKYO MXで2012年秋から2013年に放送された戦車道アニメ「ガルパン (ガールズ&パンツァー)」が当地を舞台としたことから、地元一体となってガルパンで町おこしに取り組んでいます。こうした地域一体となった取り組みと自社の努力が合わさることで地域の企業として地域とともに成長出来ると思います。

#### 5. どのような経営戦略をお持ちになられていますか？

##### (1) 企業理念

老舗の家訓として、祖父からよく聞かされたのは、「たとえ売れても売れない日でも同じ機嫌の風車」というもので、「商売には良いときも悪い



「スイート梅」 最高級南高梅を使用した、デザート感覚のスイーツ梅干です！女性の方に大人気です！！



「八代目」 無添加でがりとミネラルを豊富に含んだ赤穂の天塩で漬け込み、塩分を10%に抑えた商品です！！

「スイート梅」 ガルパンに登場する恋するさおりんのパッケージのものもご用意しています。(曲がり松商店街看板娘)



大人気！！梅カフェでは「戦車ケーキ」をご用意しています(要予約)！



「三年梅」 南高梅を一粒ごとに丁寧に漬け込み天日で干し上げて3年間熟成させ、塩分を10%に少なくして仕上げた商品です！！

ときもあるが、いつも笑顔でお客様に接しなさい」という意味です。この家訓を企業理念とし、専務が「伝統を守り、お客様の健康を願い茨城の梅文化を全国へ発信していく企業」として、吉田屋の5つのミッションを定めました。「①お客さまの健康への思いに応えられるような美味しい梅商品を創造する」、「②こだわりの梅商品を求めるお客様と共に茨城の梅文化を全国へ発信する」、「③お客様に安心して食べていただける商品をお届けする為に衛生管理を徹底して行う」、「④誠実に仕事に取り組む、会社を愛しそして地域貢献出来る人材を育てる」、「⑤1830年から続く『風車-かざぐるま-』の精神を大切に社員一人一人が自覚を持って商品を作りお客様から常に信頼されるような企業にする」。これらは、専務が「次世代経営塾」(筑波銀行グループが開催)に参加した経験をもとに作成したものです。まだ、定めたばかりですが、これらが従業員一人ひとりに浸透し、茨城の梅文化を全国へ発信していく企業になっていきたいと思っています。

## (2) 地域との連携

梅の実には、育つまでに1年かかります。苗木から育てると実をつけるまで、3年かかります。実がなり、収穫してもすぐに商品にならず、樽の中で半年から数年、保存しておく必要があります。商売的には、すぐに売上に結びつかず大変ですが、手間をかければよい商品になります。

人も同じだと思います。地域の将来を担う人材を、地域で育てていくことが大事です。



(写真左)「茨城の梅農家さんが自分で食べるために干していた梅干し好きのための梅干し」無添加ねり梅かつお入り、無添加梅干し、無添加ねり梅の3種類をご用意しています！！

(写真中央)「飲む梅」「露茜」と「青梅」の2種類の品種を、リンゴ酢と黒酢で楽しむことができます！！



私は、町の教育委員やPTAの役員を務め、妻は「大洗のたまり場 だまっこ」や「NPO 法人 こどもの育ちサポートステーション」等でボランティア活動を行い、専務は「NPO法人 ヴェレン大洗SV」で子供達にサッカーを教えています。

一企業の儲けだけを考えるのではなく、地域と連携して人を育て、地域の雇用を守り地域の経済を活性化していくことが、何年もちかかりますが大切な取り組みだと考えます。

## 6. 社長業とプライベートをどのように切り替えていますか？ ご趣味等あればご教示ください。

写真が趣味です。これまで、いろいろな場所に出かけ風景を写真におさめてきました。しかし最近では、もっぱら、孫の写真を撮るのが趣味です。風景を撮るのもおもしろいのですが、孫の笑顔にはかないません。

## 7. これからの夢をお聞かせください。

現在、工場の効率化・集約化をすすめています。将来的には、これまで以上に衛生管理を向上させHACCP<sup>※</sup>等を取得したいと考えています。また、大洗に一軒しかない、梅干・漬物にこだわった店舗作りを追求したいと思います。

これらは、すぐには出来ませんが、企業理念である「たと売れても売れない日でも同じ機嫌の風車」の精神を大切に、地域の方々と一緒に、夢を一步一步実現していきたいと思っています。



「梅カフェ WAON」 ゆったりとくつろげる空間です！お気軽にどうぞ！！

※HACCP とは、食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生する恐れのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点を定め、これを継続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法です。