

頑張る企業を応援します！

中小企業応援団

愛知県信用保証協会 × 中部経済新聞



掲載日 2021年9月17日

株式会社平松食品

時間がかかることを付加価値に変える

2022年に創業100周年を迎える平松食品。佃煮一筋からぶれることなく、販路の開拓、ISO22000、海外展開、次世代育成などに取り組んできた。時代が変わっても変わらない哲学を胸に、チャレンジを続ける代表取締役の平松賢介氏に聞いた。

Company Data

社名：株式会社平松食品

代表者：平松 賢介

住所：愛知県豊橋市梅藪町字折地2-1

電話：0533-77-2468

URL：<https://www.bisyoku.com/>

紹介金融機関：豊川信用金庫



三河湾の恵みが創業のきっかけ

当社は1922年に祖父・平松安治が山安平松商店として創業しました。三河湾ではアサリがよく獲れ、夏場に腐らないよう佃煮に加工したのが始まりで、来年で創業100周年を迎えます。佃煮の材料や調味料が当地に全て揃っており、環境が整っていたことに加え、創業時の豊橋市内には旧日本軍の陸軍基地があり、軍隊食として佃煮が食されていたため、活気に沸いていました。

職人の2代目、学びの3代目

2代目である私の父（平松史朗）は、根っからの職人で、「よりおいしい佃煮を」という思いで開発に取り組み、日曜日も仕事をしているような佃煮一筋の人でした。

当時は、家族以外の正社員はおらず、メヒカリなどの材料が市場で手に入ったときに親戚や近所のかたを集めて佃煮を作っており、家業の領域でした。私は、父の勧めもあり、北里大学水産学部（岩手県）で一から水産物について学びました。大学での経験は今でも私の中で息づいています。

大学卒業後、別の食品会社で3年間修行し、QCサークルやPCDAなど多くを学んだのち、87年に当社に戻りました。88年には豊橋市内に煮炊き加工・包装・流通・本社機能を備えた新工場を建設、また合資会社から株式会社に組織変更しました。工場建設費は2億円かかり、当時の当社売上は3億円でしたので、父にとっては勇気がいる決断だったと思います。私と父は工場建設、組織変更だけでなく、就業規則等を整備するとともに、修行時代に学んだ知識と経験をもとに、家業から企業へ近代化を進めました。

時代の先を読む営業と品質管理で世界も視野に

その後、当社は営業を積極的に行い、当時の主な販売先であった専門問屋から鮮魚ルートへと販売網を広げていきました。当時の鮮魚ルートでは、悪天候などで魚が入荷できない際に鮮魚売り場に空きスペースが生じることがありましたが、賞味期限が長い当社の佃煮や甘露煮を置いていただくことでスペースの問題を解決できることから、スーパーからも高評価を頂きました。



バブル時には、景気の追い風もあり、新工場と営業努力で前年比15%売上アップを3年連続達成したこともあり、計画を上回り順調に成長しました。

2000年に私が社長に就任し、食品の安全性確保のための製造システム規格「HACCP」対応の新工場を建設しました。その後03年にはISO9001を取得、05年には食品安全マネジメントシステム ISO22000を日本国内で初めて取得し、品質管理の徹底を行っています。

また当社はアジアやアメリカ、ヨーロッパなど海外展開にも積極的に取り組んでおり、05年度「モンドセレクション」では「さんま蒲焼」「いわし甘露煮」が『金賞』をいただくことができました。また海外向けの商品「TERIYAKI FISH シリーズ」を開発・発売し、海外の展示会にも積極的に出展し、佃煮の販路開拓をしています。

次の世代に佃煮文化を繋ぐために

私が大切にしている言葉は、経営理念にも入れている「温故知新」です。佃煮は今の代から次の代へとつないでいく伝承型の食品だと思います。先代までの生き様をきちんと受け止めたうえで、新しい空気を入れ、佃煮を次世代に引き継いでいくことが私の役割と考えています。



また、昨年、地元の専門高等学校と連携し、PROFESSIONAL HIGH SCHOOL MARKETING Lab (PH Lab) を設立しました。8年前に地元の水産高校から、実習船で獲った魚の処理を相談され、「愛知丸ごはん」の名前で佃煮を開発し発売したことが設立のき

っかけです。設立後は、当社を含む地元企業と高校生が協同で商品開発活動を行い、マーケティングや、実際の売り場などでの販売を通じて、社会実習の経験を積んでもらっています。今後は、販路を広げながら、オリジナル商品開発にも取り組んでいきます。

最後に当社のものでつくりの哲学をご紹介します。「甘露煮づくりは時仕事、横着すると（商品の）顔に表れる」、これは先代の言葉です。当社では、全社員がこの哲学を共有し、仕事に取り組んでいます。佃煮は3日間かけてつくるため、生産性は悪いですが、時間をかけたからこそできる価値をつけてお客様に喜んでいただけるビジネスを目指していきたくと考えています。日本の伝統食品を扱い続け、佃煮が常に食卓にあるものとなるように、また JAPAN ブランドとして海外に発信していき、「世界の食卓に佃煮」を目指して作り続けます。