

地域を超え、愛されて半世紀 ～磨き続けるふるさとの味～

徳島製粉株式会社
代表取締役社長

公益財団法人徳島経済研究所
理事長（阿波銀行会長）

+ 田中 忠徳 × 長岡 奨

金ちゃんヌードル発売50周年

長岡：2023年の6月に金ちゃんヌードルが発売50周年を迎えられたということで、おめでとうございます。私も当時からいただいていたので、今日はお話をお伺いできることを楽しみにしていました。はじめに、事業の概要についてご説明いただけますか。

田中：徳島県唯一の製粉会社として、小麦粉の製造および販売と、自社製造の小麦粉を使用した即席麺の製造を行っています。売上の割合では、製粉業は全体の3割、即席麺製造業は7割程度を占めています。創業社長の田中^{ふいち}殖一が1947年に会社を創立し、それから20年ほどは製粉業を事業の柱としていましたが、「キンツ



左から、田中忠徳社長 長岡



取扱商品

徳島製粉株式会社 会社概要

本社所在地	徳島県徳島市南二軒屋町3丁目1-8
設立、創立	1943年 設立 1947年 創立 創業者 田中 殖一(初代 代表取締役社長)
代表者名	代表取締役社長 田中 忠徳(たなか ただのり)
資本金	2,920万円
従業員数	139名
生産拠点	【本社工場】 製粉工場、製麺工場(即席カップ麺・袋麺) 【小松島工場】 製麺工場(生タイプ麺)
販売エリア	東北地区 関東地区 北陸地区 静岡地区 愛知地区 近畿地区 中四国地区 九州地区

徳島製粉では、安心・安全な製品をお客様にお届けするために、今後ともお客様に安心してお召し上がりいただける製品づくりを目指し、努力を続けてまいります。

経営方針

- ・食を通じて社会に貢献する会社
- ・社員と会社の発展と社会の共存共栄
- ・社員(個人)の自己啓発を進め能力ある集団となる

ルラーメン(現在の金ちゃんラーメン)」の開発・販売を機に、1965年に即席麺事業に参入しました。1973年には「金ちゃんヌードル」が生まれ、更に事業が広がっていきました。

長岡：今の売上規模はどのくらいあるのでしょうか。

田中：長らく80億円前後で推移しています。昨年度は物価上昇のなか価格転嫁ができず苦労しましたが、利益水準も大きくは変わっていません。

長岡：もともと無借金経営という点でも有名で

すが、安定した経営を続けていらっしゃるのですね。現在、商品は何種類ほど販売されているのでしょうか。

田中：取扱商品数は28種類あります。徳島や四国はもちろんですが、西日本を中心に販売しています。

長岡：それほど多く

の種類があるのですね。先日、新聞で金ちゃんヌードルの販売数が20億食を超えたと拝見しました。

田中：ありがたいですね。日本即席食品工業協会によると、国内で現在販売されている即席カップ麺のうち第3位のロングセラーだそうです。しかし、この業界は大手メーカーに加え、新たに参入する企業も多いため、競争が激しくもあります。2022年度の日本全体での即席麺販売数が約60億食だったことを考慮すると、まだまだと気が引き締まる思いです。

長岡：競争が多い中でも、長きにわたって愛されているのですね。経営方針にはどのような思いが込められているのでしょうか。

田中：今の経営方針は40年ほど前、私が入社した時に制定したものなんです。身体に優しく、安心・安全にこだわった商品づくりを続けていることを皆さまに知っていただきたい、という思いがありました。

長岡：たしかに何度でも食べたくなるような優しい味が特徴的ですね。

田中：そうしたところも、お客さまに選んでいただいている理由なのかもしれません。即席カップ麺の具材では椎茸やエビなどを使っていますが、多少コストがかかっても本物を使うことにこだわっています。できるだけ調味料もより天然のものを選定し、身体に優しい商品設計をしています。お客さまからも、「身体に優しい」「食べても胃もたれしない」といったお声を



田中忠徳社長

多くいただいているので、このこだわりは続けていきたいと思っています。

長岡：お客さまから長く愛される秘訣も、そうしたところにあるのでしょうか。

田中：そうですね。「変わらない良さ」というところでしょうか。お客さまから「この味を変えないでください」というご意見も本当によくいただきます。これは非常にありがたいことで、この言葉を聞く度に変わらないための努力を続けなければと思わされます。

+

製粉業から始まる歴史

長岡：創業当時のことについてお聞かせください。創業者の殖一氏は、なぜ製粉業を始められたのでしょうか。

田中：殖一の実家は、藍住町にある「かねこみそ」さまで、会社を立ち上げるまでは実家の社業に専念していました。しかし、跡取りには長男の庫太郎くらたろう氏がおり、殖一はいつか実家を出て自分で商売をしなければという気持ちがあったのだと思います。現在の本社にあった製粉工場を買い取って商売を始めたと聞いています。

長岡：今でいうM&Aですね。

田中：そうですね。会社を丸ごとというわけで

はなく、製粉事業のみを買い取らせていただいたようです。

長岡：当時、工場の土地代だけでも多くの費用がかかったのではないのでしょうか。そこをかうという判断をなされたのはすごいですね。かねこみそさまには、私も阿波銀行藍住支店の支店長時代によくおじゃまさせていただきました。当時社長であった田中一郎氏から、「殖一氏は仕事に対する情熱が凄なお方だった」と何度もお話しいただいたことを思い出します。

田中：そうだったのですね。会社の設立にあたっては実家から援助もしていただいたと聞いています。その後は実家に迷惑をかけないように、お金には相当苦労しながら一生懸命事業を拡大してきたのだと思います。



創業者 田中殖一氏(1985年)

+

「金ちゃんラーメン」が生まれた理由

長岡：即席麺の製造を始められたのは、製粉業の限界というところもあったのでしょうか。

田中：設立当時、小麦粉の生産量や価格は国によって細かく管理されており、国から麦を買って、できた商品は国にお返ししていました。1952年に小麦粉の販売のみが自由化されたの

を機に、「金鶴」（現在の「鳴門金鶴」という小麦粉を作ったところ、これがヒットしました。しかし、国から買う麦の量は毎年一定であるため、成長性は乏しく利益も限られていたようです。その後、大手パン会社が徳島に進出してきたこともあり、小麦粉の売上も減少していきま

した。会社の規模を大きくするためには、自社の小麦粉を使った商品を開発し商売をしなければならぬと考え、当時流行っていた即席ラーメンの研究が始まりました。



小麦粉「鳴門金鶴」



金ちゃんラーメン

長岡：こうして生まれたのが金ちゃんラーメンだったのでね。

田中：はい。当時、即席ラーメンを製造する会社はすでに多く存在していましたが、次から次へと倒産している状況でもありました。「今頃やっても遅い」「止めときなさい」と皆から忠告されたそうです。しかし、厳しいところに首を突っ込まないと成長はないというのが殖一の考えでもあり、即席ラーメン作りに励んだようです。こうして登場したのが後の金ちゃんラ

ンです。

長岡：周囲からの反対の声に従っていたら、金ちゃんラーメンは誕生していなかったかもしれないですね。「後の」ということは当初は違う名前だったのですか。

田中：はじめは、自社ブランドの小麦粉「金鶴」から縁起を担ぎ、「キンツルラーメン」と命名しました。しかし、同じ名前の商品がすでにあつたため、鳴門の渦潮からヒントを得て「ナミキンツルラーメン」と変更したんです。その後、CMを開始する際に、放送時間が短いということもあり「ナミ」を省略し、さらに金鶴の「金」の文字に親しみを込めた「ちゃん」を付けて「金ちゃんラーメン」となりました。



ナミキンツルラーメン時代の新聞広告
(徳島新聞1966年2月16日)

長岡：私も小さい頃は「ナミキンツルラーメン」として食べていた記憶があります。こうしてできた金ちゃんラーメンはどのように広がったのですか。

田中：学校の校門で子ども達に1食ずつ無償で配るなどし、浸透を図ったそうです。すると、帰宅後に子ども達がおやつとして食べる、それを見た親御さんも食べる、この美味しいラ

ンはどこで買えるのか調べる、という流れができ、人々の噂となって広がりました。八百屋さんにも「このラーメンありますか」と多くの親御さんが来られたため、店頭に置いてくれるようになっていきました。

長岡：無償で配ることで認知度を上げていったのですね。大塚製菓さまも過去に「オロナイン軟膏」を普及させるため、全国の幼稚園・小学校などに無償配布したとお伺いしたことがあります。

田中：もしかしたら大塚製菓さまから着想を得たのかもしれないですね。



キャラクター「金ちゃん」
(左から、初代 現在)

長岡：印象的なCMも広く認知された一因ではないですか。

田中：そうですね。萩本欽一さん、西川きよしさん、横山やすしさん、今いくよ・くるよさんなど多くの有名人を起用しました。

長岡：はじめは「金ちゃん」という商品名は、萩本欽一さんから由来したものかと思っていました。

田中：CMに起用したことで、相乗効果もあったかもしれないです。

長岡：当時の人気は凄かったですね。

+

×

+

×

「金ちゃんヌードル」の誕生

長岡：金ちゃんヌードルができたきっかけについても教えてください。

田中：それまでは袋麺ばかり製造していたのですが、売れるのは売れても利益の確保という面

で苦戦していました。確か当時は1食12円程度で販売していたと思うのですが、1円値上げをすると注文もピタッと止まってしまったということもあったようです。そんな中で他社がカップ麺を開発し、世間では一大ブームとなっておりまして。こうした動きに触発されて開発したのが、「金ちゃんヌードル」でした。

長岡：カップ麺にすることで、単価も上がったのでしょうか。

田中：そうですね。袋麺より単価を大きく上げることができたので、そこから少しずつ利益の確保が可能となったようです。私が入社したとき、発売から少し時間は経っていましたが、1食70円程度で販売していたと記憶しています。

長岡：特許の問題はどのように乗り越えられたのですか。

田中：他社の特許に抵触しないよう、麺やスープだけでなく容器も自社で開発しました。この二重構造のカップは、どのメーカーでも使われていません。特許の問題をクリアするだけでなく、持ち手に優しく保温もできるという効果もありました。持ち運びができるよう蓋もついているので、農作業の合間や揺れる船の上でも食べやすいと、容器へのこだわりが選ばれる理由の一つになっていきました。



二重構造となっている金ちゃんヌードルの容器

長岡：皆さんにとって非常に使い勝手が良い容器だったのですね。

田中：当時は商品を出すと大手企業から黒塗りの車が派遣され、特許を侵害していないか調査されることもありまして。殖一が、「うちやっ

て秘密の工程がたくさんある。勝手に入っては許さん」と言って、帰っていただいたこともあります。

長岡：苦労されたのですね。

田中：はい。裁判も経験しています。ただ、勝てる段階になったところで、殖一と専務(現会長の信義^{のぶよし}氏)が、「一度勝ったところで、また裁判になれば東京に行く時間や経費が無駄になる」と言って、和解の内に商品の販売をやめたこともありました。

長岡：常に特許との闘いがあったのですね。

田中：当時は開発部門に大手企業から来た方がいらっしやいました。特許についても詳しくあったようで、こうした問題を一つひとつ乗り越えながら製品を開発していきました。

+

×

+

×

受け継がれる思い

長岡：これまでもたくさんのエピソードがありました。殖一氏はどのような方だったのですか。

田中：24時間365日仕事のことを考えているような人でした。亡くなるまで本社の2階で寝起きするほどでした。

長岡：根っからの経営者だったのですね。

田中：はい。創業当初から、会社を大きくするためにはどうすればいいのかと、常に考えていたからでしょう。私が婿養子となり入社した際も、お金の話から教育していただきました。ただ、私も「10円をいただいたら、1円残しなさい」と親から教わってきた話をして以降は、お金の話はされなくなりました。そのひと言で全部わかってくれたのだと思います。殖一の教えとともに、いまもその思いを大切にしています。

長岡：苦労された経験があったからこそ、ここまで会社を大きくすることができたのですね。ご家族の支えもあったのでしょうか。

田中：妻のヨシエさんの支えが大きかったと思います。病気をされて手術を何回か繰り返していたのですが、それでも殖一をずっと支えてい

ました。

長岡：夫婦二人三脚で事業を拡大されたのですね。

田中：はい。我々の知らないところでも、人一倍苦労されていたと思います。お金のない時から始めていますから、殖一もお金には厳しかったようです。ただ、貧しい中でも夫婦そろって社員のことを大切にしており、お昼に社員全員のお米を炊いて振る舞っていたと聞いています。社員を大切にすることを始め、過去の苦労した経験などから多くのことを教わりました。



カナダのゴルフ場に立つ田中氏夫妻(1987年)

長岡：毎朝ラーメンを試食していると聞いたのですが、これも殖一氏から受け継がれているのでしょうか。

田中：そうです。三代にわたって継続して行っていて、毎朝慣例の行事となっています。いまも数種類の商品を社員と一緒に試食しています。今日も食べましたよ。

長岡：毎日試食されるのには理由があるのでしょうか。

田中：小麦粉は生き物と言われており、その日の気温や湿度によって変化します。朝に作られたラーメンを試食することによって、発売当初からの変わらない味を守り続けています。

長岡：そのような意図があったのですね。

田中：ずいぶん前のことですが、麺の重さが商品の規格に合うように、量を少し減らして調整したことがあります。私が指示をしたのですが、すぐに殖一から「誰が減らしたんや」と指摘され



試食の様子

てしまいました。ほんの少しの変化だったのですが、手に持った時に分かったのでしょうか。

長岡：毎日食べていると少しの変化でも気づくのですね。殖一氏はゴルフもお好きだったと思うのですが、当時の話も聞かせていただけますか。

田中：ゴルフを始めたのは65歳の頃でした。招待旅行でカナダに行った際、1人だけゴルフが未経験だったので、ゴルフコースを散歩して回ったようです。その時に楽しさを知り、帰国してすぐにゴルフを始めました。

長岡：遅くにゴルフを始められたのですね。

田中：はい。それまではゴルフ嫌いで、信義会長にも「仕事もせんとゴルフばかりして」とよく怒っていました。カナダから帰ってきてからは、「なんでこんな楽しいものを教えてくれなかったんな」とまた怒られたそうです。それから、ほぼ毎日ゴルフ場に通っていました。仕事はもちろんですが、プライベートでもやりだしたらとことんやる人なので、すぐに上達していました。

長岡：すごい経営者の方はなんでも突き詰めてされる印象があります。何歳までされていたのですか。

田中：97歳でハーフコースを回っていた記憶があります。午前中にゴルフをし、午後から出勤して仕事をしていました。

長岡：97歳になってもゴルフの後に仕事をされていたのですね。

田中：資材の発注を全部自分でしていました。101歳8か月で病院に行き、間もなく亡くなったのですが、病院でも「こんなところで寝ている暇ないわ。やらなあかんこといっぱいあるんじゃない」と話していました。最後まで仕事のことばかり考えていました。

長岡：仕事が人生そのものだったのですね。信義会長はどのような方なのでしょうか。

田中：信義会長の凄いところは会計の基礎を作り、会社の財務面を強化したところですね。それまではどんぶり勘定だったため、どの商品がどれくらい利益がでているかをきちんと把握できていませんでした。若い頃、阿波銀行さまに勤めていたこともあり、入社後は帳簿をつけ組織だった経理を始めました。記憶力も良く「何月何日に何があった」と、周囲が驚くほどよく覚えています。



左から、信義会長 忠徳社長

長岡：営業活動も積極的だったとお伺いしました。

田中：そうですね。沖縄担当として即席麺の販路を開拓したり、製粉業では大手そうめん業者との取引を始めたりと、会社の間口を大きく広げていただきました。

長岡：幅広い分野で能力を発揮されたのですね。

田中：殖一も、信義会長も「徳島一の働き者」と他社の方からよく言われていました。

+

×

+

×

単一ラインで多種生産

長岡：生産設備についてもお聞かせください。28種類もの商品をどのように作られているのか非常に気になります。

田中：本社工場と小松島工場の2カ所で製造しています。本社工場では製粉のほか、金ちゃんヌードルやラーメンなどの即席麺を、小松島工場では金ちゃん鍋焼うどんシリーズなどの生タイプ麺を製造しています。基本的に使用するラインは1つで、商品の製造スケジュールに合わせて切り替えながら製造しています。

長岡：複数の商品の製造が、1つのラインでできてしまうのですか。

田中：はい。即席麺は製造するにあたり、①麺を作る、②包装する、③出荷するという3つの工程を踏みます。大まかな製造過程が共通しているので、機械の部品を変えるだけで1つのラインでも対応が可能となります。商品によって丸麺や平麺、縦型カップや四角のカップなど、それぞれが持つ特徴は異なりますが、切刃の形や、カップの型枠を変えることでさまざまなタイプの商品を作ることができます。麺の味も製麺時に少しずつ原料を調整して変えています。

長岡：商品の中には棒状の乾麺もあったと思うのですが、工程に違いはありますか。

田中：麺を切り出して乾燥するまでの工程は即席麺と同じです。その後は、そうめんと同じように竿にかけて、一定の長さで切り、乾燥させるという作業をします。



棒状ラーメンの製造の様子

即席麺の製造過程

1 麺を作る



小麦粉、調味液等をミキサーでかき混ぜる



ロールで麺を棒状にする



切刃ロールで麺線を作り、蒸す



油で揚げ、カップに入れる

2 包装する



かやくとスープを充填する



包装する

3 出荷する



段ボールに詰め、出荷する

小松島工場で作る生タイプ麺は、茹でたものをパウチに入れ、封をして、蒸気殺菌をして、1週間ぐらい寝かすという作業を経て出荷します。

長岡：細かい工程があるのですね。このラインは即席麺を作るにあたって一般的な設備なのでしょうか。

田中：一般的なものです。さまざまな装置があるので、少しずつ違いはあると思いますが、常に機械メーカーと情報交換をしながら、10年ほどの周期で機械も買い替えています。

長岡：常に設備投資をされているのですね。

田中：そうですね。ただ、直近では機械も値上がりしており、修理を行うための部品やメンテナンス費用も値上がりしている状況です。あまりに値上がりしているので、購入にいたらなかった機械もありました。

長岡：原材料の仕入れコストも上がっているのではないのでしょうか。

田中：はい。原料費や包装費、物流費、燃料代



生タイプ麺を製造する小松島工場

など、物価上昇の影響は大きいです。コストの削減に努めてきましたが、2022年は7年ぶりの値上げに踏み切りました。2023年にも再度、値上げをさせていただきましたが、原材料価格の上昇は続いており、今でも毎日何かしらの値上げの話がきています。

長岡：設備投資をして売上が倍になれば利益も倍になるとは限らないのも、商売の難しいところですね。

田中：そうですね。会社の規模的にはもう少し設備投資をしてもいいのかもしれませんが、やはり「10円を貰ったら、1円残せ」の思いからは離れられないです。ただ、今は人件費の上昇や人手不足の問題が、設備投資を後押ししていると感じます。採用面の動きも変えなければと感じており、皆さんに働きたいと思ってもらえるよう、良い部分をもっとアピールしていきたいと考えています。



パウチへ包装される生タイプ麺



蒸気殺菌されている生タイプ麺

+

×

+

×

CMによる営業促進

長岡：入社された当時は営業担当が少なかったとお伺いしました。

田中：少なかったです。当時専務だった信義会長、本部長、部長、大阪・北陸担当が1人と、全員で4人しかいませんでした。

長岡：4人で全国を回っていたのですか。大変でしたね。

田中：はい。名古屋から東北にかけての東日本、中四国、北九州、沖縄といった広い範囲を4人でそれぞれ担当していたので、全員が日本各地を飛び回っていました。1人で担う範囲が広い上に、商品の知名度も低かったので、皆さんとても苦労していました。

ただ、即席麺の製造を始めて徐々に取引先が増えてきた頃、四国放送さんからCMの話がきたんです。少ない人員で効率よく販売する方法を模索していたところだったので、試しにCMの放送をお願いしました。すると、あっという間に知名度が上がり、それからは対面とCMの2つを営業活動の柱にしています。

長岡：何局で放送されているのですか。

田中：現在は17局で流れています。

長岡：それはすごいですね。四国だけではなく、全国の地方局で流れているんですね。

田中：やはりCMによる効果は大きいです。CMで知名度が上がったところに営業担当が行くと、話のまとまりやすさが全く違います。

ところで、金ちゃんラーメンのCMには昔からずっとお子さまがメインで登場しています。



販売当時のCM

ご存知でしたでしょうか。

長岡：そう言われると、そのイメージがあります。

田中：これには理由があるんです。一度金ちゃんヌードルの少し辛いタイプを販売したのですが、その時に「いつも親子で半分に使っているので、一緒に食べられる味にしてください」とお電話がありました。それ以来、開発においてもお子さまも食べられる優しい味づくりを意識しています。小さいころから親しみを持っていただくために、CMについてもお子さまを起用させていただきました。

長岡：たしかにCMを見るだけで優しい味が伝わります。

田中：お子さまから「金ちゃんラーメン大好き」などのお便りをいただくこともあります。

今度のCMでは「金ちゃんラーメン」の新規顧客獲得も考え、これまでのものとはまたイメージの違ったCMも放送する予定です。実は、CMに出演している男性は当社の社員なんですよ。楽しみにしていてくださいね。



2024年2月より放送開始した新CM



社員主体の商品づくり

長岡：商品企画についても教えてください。新商品もたくさん作られています、どのようにアイデアを出されているのでしょうか。

田中：開発部が中心となって作っています。20代や30代の女性も多く在籍しており、試作をしては皆で意見を出し合っています。この前も金ちゃんヌードル発売50周年を記念して、「金

ちゃんヌードル味焼そば」を開発しました。さまざまなアイデアを出し合った結果、金ちゃんヌードルを別の形で楽しめる商品を作ろうということになったんです。



商品開発の様子

長岡：自社で製粉が出来ることは、商品づくりにとっても強みとなっているのでしょうか。

田中：小麦粉は原料や製法によって味も風味も違ってきます。自分たちの作りたい味に合わせて好きなように調整できる、という環境は商品づくりの大きな強みとなっています。先ほどの「金ちゃんヌードル味焼そば」でも金ちゃんヌードルの食感を再現するため、新たにグルテンを



製粉の様子(上から、製粉機 製粉サイロ)

添加した麺を開発しました。



50周年記念商品「金ちゃんヌードル味焼そば」



金ちゃんヌードル味焼そばのPOP



長岡：私も食べましたが、とても美味しかったです。商品を採用する基準はありますか。

田中：昔は殖一が味つけなども全て考えていたようです。今は採用する商品を決めるにあたって、個人の好みに左右されないようにするため、私は投票しないようにしています。最終的な判断をするのは営業担当ですね。そこでボツになった商品もたくさんあります。

長岡：いくら良い商品でも営業担当がダメと判断すると商品化されないのですね。

田中：そうですね。さまざまな声が反映されるようにしています。先日も営業会議でいろいろと新商品を試食しましたが、私が意見を出すのではなく、社員同士が自由に意見交換できる環境を整えるよう心掛けています。社員にも「やりたいことはやったらいい」と常々伝えていますので、その風通しのよさが新商品へのアイデアにつながっているのではないのでしょうか。



営業会議の様子

長岡：なるほど。そうした環境だと商品を生み出すまでのスピードも速くなるのではないのでしょうか。

田中：今は多様性の時代ですし、より時代に即して商品を作れるように意識しています。商品開発部の社員も増員しました。

長岡：SNSにも力を入れていらっしゃるんですよね。

田中：SNSは「10代20代の若い消費者の方にも



野外ロックフェス「モンスターバッシュ」に出店



特別に制作したグッズの一部

ファンになってほしい」という社員の声を受けて始めました。こちらは商品開発部の社員が兼任で運営してくれています。

長岡：その方たちが今後のメイン消費者になりますから、社員の方はそうしたことを見越されたのですよね。若い方に向けた取り組みとして、中四国最大級の野外ロックフェス「モンスターバッシュ」にも出店されていましたよね。

田中：2022年にお声がけいただいたから、さまざまな準備を経て2023年に初めて参加しました。オリジナルグッズを販売したり、「どっちが好き？金ちゃんヌードルVS金ちゃんヌードル味焼そば」と題した企画をしたりと、今までにない挑戦でしたが、反響は非常に良かったです。



1万円キャンペーンの始まり

長岡：金ちゃんヌードルといえば、底面に貼られているキンツルマークを5枚集めると応募できる「現金1万円が当たるキャンペーン」が印象的ですよね。



キンツルマーク

始められたきっかけは何だったのでしょうか。

田中：商品を買ってくださったことへの感謝の気持ちと、「大手と違うことをしなければ地方の企業は生き残れない」という思いから始めました。また、ラーメンは夏に需要が落ち込む傾向があるので、その時に何かできることはないかとも考えたのです。殖一が発案したのですが、その時の年齢は90歳間近でした。

長岡：殖一氏の発想には驚かされます。キャンペーンを始めてから何年になるのでしょうか。

田中：1997年3月から始まり、今年で27年目になります。

長岡：それほど長く続けていらっしゃるのですよね。どのくらいの応募があるのでしょうか。

田中：2022年は約15万通の応募がありました。

応募していただいた方の中から毎月500人、合計で毎年2500の方に現金1万円をお送りしています。



応募はがきの一部を持つ忠徳社長

長岡：すごい数ですね。

田中：企画当初は金額を5000円や1000円にして当選人数を増やす案や、商品券にする案なども挙げたのですが、殖一から「現金1万円やけん価値があるんや」と言われました。そこから法律に抵触しないかなど、さまざまな確認をして実現にいたりしました。

長岡：当選された方には、振込などではなく本当に現金1万円をお送りされているのでしょうか。

田中：もちろんです。公正を期すために抽選は販売代理店にお願いしていますが、現金封筒の発送手続きは自社で行っています。

長岡：それは大変な作業ですね。

田中：新札を準備して、間違えないよう当選者名簿を見ながら封入作業を行っています。その際には応募はがきも確認するのですが、メッセージを書いて送ってくださる方もいらっしゃいます。

長岡：そうした声はマーケティングにも活かされていますか。

田中：そうですね。どのような地域の方に、どんな風に食べていただいているのか知ることができます。始めた当初は私がキャンペーンの担当だったのですが、お客さまからいただいた言葉にお返事を書いて送ったこともありました。



封入作業の様子

「本当に読んでくれると思いませんでした」と言われたこともあります。

長岡：送付作業は大変でしょうが、当選された方は嬉しいでしょうね。

田中：初回は応募数も少なかったんです。6人家族のうち5人に当たるということがありました。他にも昔の話ですが、現金をお持ちすると「本人はいません」とおっしゃられる時もありました。よくお話を伺うと、どうも猫の名前まで使って応募されていたようでした。

長岡：そんなこともあったのですね。

+ **×** **+** **×**

沖縄、静岡への販路拡大

長岡：1万円キャンペーンの応募が多い地域というのは、どちらなのでしょう。

田中：沖縄や静岡では特に好んで食べられているようで、多くの方からご応募いただいています。

長岡：人気の理由についてはどのようにお考えですか。

田中：沖縄と静岡では理由が少し違います。沖縄では、金ちゃんヌードルの優しい味付けと硬めの麺という組み合わせが、現地の食文化とマッチしたのだと思います。

また、金ちゃんヌードルの容器は二重構造で保温性が高い上、手に持っても熱くないので農作業中に重宝されました。販路を開拓した頃の沖縄は、さとうきび畑の農作業に従事する人が

多かったのですが、冬は寒さが厳しかったようです。麺も原料や加工方法を工夫し伸びにくくしているので、きりのいいところまで作業して食べるということができたそうです。

長岡：先日私も沖縄の方とお話する機会があったのですが、昔から当たり前のように食べていたとお伺いしました。

田中：その言葉を聞くと嬉しいです。沖縄では、現地の食品卸会社である許田商会さまの存在も大きいです。

沖縄の本土復帰から間もない頃、当時専務だった信義会長が沖縄での販路開拓に精を出していました。当時の許田商会さまの社長が、金ちゃんヌードルを初めて食べたときに「もし沖縄での販売を1社だけに任せてくれるのであれば、うちがやります」と名乗り出てくれました。

長岡：許田商会さまは、金ちゃんヌードルの味が現地でも受け入れられると判断されたのですね。

田中：信義会長は、その時に「この味は沖縄に向いている。絶対に味を変えないでくれ」と言われたそうです。そこで、「沖縄ではあなたの会社にだけに卸すので、沖縄の金ちゃんヌードルメーカーになったつもりで頑張してほしい」とお願いし、販売を任せることになりました。今でも沖縄唯一の販売代理店として、現地での売上を支えています。

長岡：許田商会さまとの信頼関係が、沖縄での人気を支えているのですね。静岡はまた別の理由があるのでしょうか。

田中：静岡は東と西の食文化の分かれ目になっていて、こちらも味が受け入れられやすかったのだと思います。

また、営業担当の力も大きく、毎年1%ずつ売り上げを増やしていく「年輪経営」の手法で販路を拡大してくれました。過去に、大口の取引先が倒産するという危機に見舞われた時も「別のところがあります」と言って、すぐに他の取引先を開拓してくれました。その方は入社してから退職するまでこの営業方法を貫き通されました。



理事長 長岡奨

今振り返っても凄いなと思います。

長岡：そのような方がいらっしゃったんですね。徳島や四国の企業とは、どのように関わってこられたのでしょうか。

田中：最も多くの商品を取り扱ってくださっているのが地元の小売業者さまです。商品のファンとなり、熱心に販売してくださっているからこそ、皆さまに食べていただけているのだと思います。

長岡：心強いパートナーですね。

田中：ありがたいことに長く販売している商品ですから、地元企業さまとも長いお付き合いをさせてもらっています。お互いが地元のためにと、時には意見のぶつかり合いをしながらも切磋琢磨してここまでやってきました。

長岡：今後の販路拡大についてはどのようにお考えですか。

田中：実は即席麺事業を始めてからしばらくは北海道まで販路があったのですが、オイルショックで原料が手に入らず、販売規模を縮小したという過去があります。

現在は西日本を中心に販売していますが、関東への販路拡大も7年ほど前から進めています。7年の間に一度撤退したこともありましたが、いま再度挑戦しているところです。はじめは一度取引のあった先へお伺いしても、「なんでまた今頃に」と微妙な反応でした。しかし、もう後には引けないという思いもあり、最近では売上も少しずつ伸びてきています。





新製品展示会の様子

+

×

+

×

フラットな職場環境づくり

長岡：働き方についてもお聞かせください。女性社員も多くいらっしゃいますね。

田中：今のところ女性の方が多いです。開発部なども女性が中心となっています。

長岡：働き方改革についてはどのように取り組まれていますか。

田中：役職で序列をつくるのではなく、横並びの関係をめざして、商品開発会議や営業会議を社員主導で進めました。初めは私もよく意見をしていたので、顔色を窺われる場面もあったのですが、聞き役に徹し、社員の思いを引き出すよう努めました。今では本当によく意見や相談をしてくれるようになり、風通しの良い職場環境になってきたと実感しつつあります。

長岡：とても良い環境ですね。

田中：「自分が考え意見し作った商品が、店頭で並んでいて感動しました」と聞いたときは私もとても嬉しかったです。仕事というのは面白くないといけませんからね。自己満足をどう感じてもらうかが大事だと思っています。

長岡：素晴らしいお考えです。

田中：社長である私からコミュニケーションをとることも大切だと考えています。「困っていることはないか」「何でも言ってきてな」と常に声を掛け続けることで、ソフト面の強化を図っ



WEB展示会用の動画撮影をする社員



パッケージ制作の様子

ています。「こんな商品をつくりたい」「こんな機械を導入したい」という声も聞かれるようになり、主体的に仕事に取り組む姿勢に感心しています。これからも率直な意見交換ができ、社員の考えを具現化しやすい環境を整えたいと思っています。

長岡：採用活動についてはどのようにお考えですか。

田中：食品製造業は大変というイメージを持つ方が多く、思うように採用が進まない時もあります。そのため、休暇や勤務時間の調整など、ワークライフバランスを考慮した働き方ができ



「金ちゃん棒状ラーメン」を持つ社員

るようにしています。正直まだ発展途上段階ですが、先ほど申したように声を上げやすい環境なので、皆が一丸となって変わろうとしている状況です。

長岡：まさに変革期なのですね。

田中：はい。「社員は自分の子どもと一緒に。自分の子どもと同じように接する」というのが当社の考えなので、その人が何に不安を感じている、どのようにフォローしたらいいのかを考えて採用することで、入社後のミスマッチを少なくしています。

仕事はチームでするものなので、その考えは社員にも共有するようにしています。今後は、入社後のフォローや研修も充実させ、時代の変化に沿っていきたくと考えています。

長岡：働く上での魅力は何ですか。

田中：商品企画から店頭まで全ての携われることです。商品化するまでのスピードも驚くほど速いです。当社の規模だからこそできること、感じるができる達成感があると思っています。

長岡：大手企業ではなかなかできない経験ですね。

田中：スピード感を持って仕事をしたい人、変化を楽しみたい人にとっては面白いかもしれません。

+ **×** **+** **×**

愛され続ける企業を目指して

長岡：最後に社長個人のこともお伺いできればと思います。27歳の頃に常務取締役として入社され、営業や帳簿の管理だけでなく製造の手伝い、工場の清掃まで何でも経験なさり、40年以上も会社のために尽力され続けています。その間、信条にされている言葉はございますか。

田中：信条というわけではないですが、好きな言葉はあります。小学生の頃、サイン帳に「素朴」と書いたのですが、これは今でも思っています。皆さんには「謙虚ですね」と言われるのですが、偉そうにしても何の得もありませんか

らね。

長岡：経営者としてどのようなことを大切にされていますか。

田中：社員の満足した顔が見えるのが一番だと思っています。殖一からも「うちに勤めている人だけが社員だと思ったら大間違いや。社員が150人いれば、その家族4人で600人になる。家族も社員のように大事にせなあかんことを常に頭に入れておけ」と教えられました。社員あつての会社ですからね。

長岡：社員やその家族のことも考えているからこそ、皆さまから愛され続ける企業へと成長したのですね。今後の目標はありますか。

田中：安心・安全にこだわった商品づくりをより進めていきたいと考えています。そのためには、必要な機械は導入する必要がありますし、社員教育も必要です。

長岡：ある程度の規模を持って、効率化していきたいということですね。徳島を中心に長く企業活動を続けてこられました、これからもそれは変わらないのでしょうか。

田中：そうですね。ここまでやってこれたのは、地元の皆さまのおかげです。これからも皆さまに支持され愛される会社でありたいと考えています。

長岡：今日はお忙しい中、貴重なお話をたくさんお聞きできました。本当にありがとうございました。



本社工場

(2023年12月18日 徳島製粉株式会社で対談)
(企画・構成 常務理事 里正彦 / 編集 瀧川めぐみ 近藤有紀)

