

## 株式会社 やきとりカンパニー



### 企業プロフィール

企業名	東紅食品株式会社
代表者	加藤 尚彦(かとう なおひこ)
所在地	北九州市若松区浜町1-19-11
TEL	093-761-0007
URL	http://www.touko.co.jp/
資本金	3,000万円
設立	1984年6月
従業員数	70人
売上高	9億7,400万円
事業内容	総菜製造業・その他の食料・飲料卸売業

## やきとりを世界に！ 屋台商材から始まった夢は いつも世界を見ている

### 創業当初

東紅食品は1967年加藤生治先代社長によって北九州市若松区の自宅兼工場で始められた。

従業員は10名ほどで、当初はラーメンのスープを、次には屋台の商材、特におでんのスジややきとりの串を作っていた。現社長、加藤尚彦氏(生治氏の長男)は大学2年のころからその家業を手伝い始めた。

1984年東紅食品株式会社を設立。現在は社員は10名、パートと準社員を入れると70名ほどが従事している。

### 生産の飛躍的拡大へ

工場で作られた商品は中央卸売市場の荷受会社に出荷され、翌日には小売店の店頭に出ている。

社業が大いに拡大したのは、紹介を受けた姫路市の荷受会社からやきとりの新商品が採用されたことがきっかけであった。たれつきやきとりの新商品などがすでに完成し、その味、品質が認められてのことだった。関西一円に東紅食品のおで

んの商材や、やきとりの串が出荷されることになった。大量生産に迫られ、本社工場も受注をこなすのが精一杯のため、一時は大分、宮崎の工場で500人余りの作業員を動員して、月間300万本の生産高を上げていた。設立4年目のことであった。

当時から東紅食品独自の商品として、やきとりのテール(ほんじりとも呼ばれる)がある。1羽から串1本しかとれないが、それまでは捨てられていた部位であった。ふりふりと弾力があり、脂の旨味もあるテールは評判の商品となり、現在の東紅食品でも定番のヒット商品である。

大量の注文をこなす、なおかつ生産性を高めるために、生産拠点を海外に求めるのは必至であった。

### 生産拠点を海外へ求める

海外へは30年前より先代社長が食品製造機械の案件で台湾に頻繁に行っていた時期があった。先代社長から加藤郁彦常務は中国人との取引は難しいと聞いていた。

海外での事業は、日本の商社がタイでやきとりを作る動きに呼応し1987年



から、タイでの生産を始めた。肉を串に刺し冷凍したものを日本へ輸入するのだ。手作業による丁寧な作業を求める東紅食品のものづくりの姿勢にタイ人は応えてくれた。タイ人の国民性も手伝って品質は満足すべきものであった。但し、それでも全生産量の二割程度で、生産安定のために、国内生産が優先された。

### 中国への転換

1988年中国との取引が始まる。東京、北京の貿易会社を窓口としてスタートした。予想したように中国はタイに比べて納期の遅れや品質のばらつきがあった。しかし、それでも生産工程のほとんどが手作業であり、コスト面でゆくゆく中国は大事な生産現場になると考えた。そうしている間にも、タイの経済が安定し、コスト高になってくるといふ現実があった。

予想どおり、1991年頃からは中国の品質が上がってきた。すでに東紅食品の売り上げのピークは過ぎようとしていたが、中国での生産はますます必要となってきた。

### 合併による拠点主義か？

1992年東紅食品は北九州市の海外ビジネスモデル事業として助成金を受け、それを調査費用として中国、アメリカなど新たな生産拠点のリサーチを行った。中国では大連貿易委員会が投資、誘致を

薦めており、中国の状況や大連市内の該当する会社の紹介等のサポートを受けた。

一度は2000万円の投資で合併の話が持ち上がり、大連のハム、ソーセージを作っている会社で鶏の串刺しの仕事を始めようとした。しかし、結局合併を中止した。委員会からのアドバイスは遼東省でなくてもいいというもので、事実大連では原材料の調達にメリットが少なく、工場の基礎も弱いとのことだった。

1994年には中国の貿易規制が緩和されて、貿易会社を通さずに工場と直接取引ができるようになっていた。1995年からそれまでも間接的に取引があった上海と本格的に取引を始めた。東紅食品は中国業界内でも知られていて、向こうからもオファーがくるようになっていた。

そして、二年前に取引先が上海から山東省の会社に変った。ここは中国で一番大きな鶏の生産地であり、原料が1/3で人件費は1/15だった。また山東省は

水産資源も野菜も豊富な土地でもあった。

### 取引に留意したこと

屋台関連商品の商材の変化への対応よりもモノ作りの考え方を浸透させることが重要で、それに時間がかかった。ISO取得の認定工場と取引がはじまった時も、東紅食品の作り方を理解してもらい、とにかく丁寧に作ってもらった。均等に刺し、焼きにばらつきがないように、また、タレの汚れの注意、ラベルの貼り方からパッケージの開め方で気を配ってもらった。

### 世界へ

加藤常務は常に会社の数字と社内の空気を読み取っている。そして兄の加藤社長は常に一段上から会社をながめ、そして世界を眺めている。世界は今なにを食べているのか、どこに食のビジネスチャンスがあるのか、その強い好奇心がこの会社の原動力かもしれない。

### コラム・海外ビジネス一問一答

Q.コストや調達をいつも考えてますか？

A.ビジネスとして考えました。海外だからということはない。

Q.中国との取引は

A.不安定要素として政情がある。また中国経済が安定するとコストアップにつながってくるのがこれからの問題だろうと思います。しかし、中国に行くといろいろな意味で人間を見る目が鍛えられてきたように思います。

常務取締役 加藤 郁彦氏



元気のポイント

- 一、おいしいやきとりへのあくなき探求
- 一、若いひとたちの会社であること
- 一、新しい事業の構想を常に考える

