

## わがまま発想が生み出す個性なお菓子 株式会社 神栄

### 「宮大工→建築屋→菓子屋」

今回お話を伺ったのは創業者から三代目にあたる高橋慶光専務。物心ついたときからここ(工場)にいた。中学生の時から休みの時期にはアルバイトをし、大学生の頃には、釜を仕込んで通学してきたので、年の割にはお菓子製造の経験は長いんです、と微笑まれる。根っからの営業体質だが、菓子製造も知らなければならぬと、大学を卒業してから住み込みで和菓子メーカーと洋菓子メーカーへ半年ずつ1年間修行させてもらい、菓子作りについて一通りの事を学んだ。

『神栄』は宮大工だった高橋専務のお祖父様が創業者にあたる。60歳の時に建築業界から引退され、後を継がれたのが高橋明良現社長。元来新しい物好きな社長は、建築業を営みながら他に何かおもしろい商売はないか?と模索されていた時に、ひよんな事からお菓子販売をやってみないかと声をかけられ、菓子販売の世界へ踏み入れた。その当時は完成品を仕入れて販売を行っていたが、自分で作った方が儲かるだろうと、直ぐに菓子製造へ転換。土地を貸していたガレージに自社の工場を作り、ゼリーの生産を始めた。これが菓子製造業『神栄』のはじまり。

### 「素人だからこそ」

建築業から菓子製造業へと、全く違う業界への進出。よそでこんなオイシイお菓子があった、これをなんとかアレンジ出来ないか?菓子作りの知識が無いため、お菓子はこうでなければならない、という固定観念がなかったのが良かったようだ。

普通のお菓子屋さんで作るお菓子とは少し違ったため、業界ではセンセーショナルに受け取られ一世を風靡した商品もあったそうだ。

### 「良いものを!」

社長をはじめ社内全員が、何としても美味しいものを作りたいという信念のもとに、商品開発をされている。たとえ得意先にコストダウンを要求されるような状況があっても、味は絶対に落とさない。その結果、コスト面で自社が泣かなければならない場合もあるが、そこは菓子職人の意地だ。パッケージも今までにない斬新なものを創意工夫してきた。



商品開発の苦労話や失敗談は山のようにあるが、商品は市場に出すことによってこそ、磨かれていくと信じている。そんな中で商品によってはクレームを言われ、低い評価を受ける事もある。でも、お客様が手にして口にしてみないと、そういったご意見も頂けないし、商品改善のしようもない。クレームや低い評価を恐れ、完璧な商品を模索して工場ですらでもサンプルを作り続けていても限界がある。「さあこれでお客様のご意見をいただく!」と決断して商品を世に出すことが、そのお菓子をより美味しいものに改良する点でとても大切な事。

「このようにして絶え間なく改良を加える事で、1年目より2年目、2年目より3年目と評価は上がってくるんです。」と仰る。「良いもの」にこだわり続けていくことが『神栄』の原点であり、原動力のようだ。まさに『神栄』スピリッツ!

### 「3つの部門」

「ギフト」・「オーナメント」・「冷凍ケーキ」この3部門が神栄の三種の神器。「ギフト部門」創業時から水羊羹を代表とする水菓子で繁忙期は夏。神栄の大黒柱だ。

「オーナメント部門」ここ数年手がけ始めた。代表商品はアイシングクッキー。クッキーの上にメレンゲで搾りで絵を描く。

デザイン性は群を抜いて評判も良く、絶対の自信がある!クリスマス等の冬のシーズンが繁忙期になる。

「冷凍ケーキ部門」業務用にシートで作って冷凍に。現場でカットしトッピングを施す業務用の商品だ。

これらの3部門の繁忙期のピークがずれることで、1年の売上構成がフラットになり、工場の稼働率を上げている。

### 「ベトナムへ - Boarding to Vietnam」

当時はゼリーいちアイテムだけで夏のお中元に頼りすぎる売上構成で、1年の売上の殆どを夏に稼いでいた。

冬の商品があれば、売上構成を分散でき、工場全体の生産効率もあがるので、何か無いかと模索をしていた所へ、ベトナムのオーナメント商品の話が舞い込んできた。不安はあったが、クリスマスシーズンに合う商品なので着手することにした。ベトナム製というのは、消費者からは敬遠されがち。しかしこれは味と安全性を極めて、しっかりした物を作ることでお客様に認めて頂くしかない。当初は職人を現地に派遣し、事細かに指導を



し、味や生産効率を高めたが、指導者が居なくなると品質が元に戻ってしまう。その繰り返しが続く、国内の社員を一人専任で定期的に出張させ常時目を光らせる事にした。人目をひく可愛いデザインは、まず国内で平面的なデザインを起し、それをベトナムの職人が立体に仕上げる。大変素晴らしい職人技で、修正微調整を繰り返して出荷できる商品として磨いていく。現在、国内の有名遊園地等でキャラクター商品としてOEM生産も行っている。手間がかかり面倒な割に商圏が小さいため、大手は手を出さないニッチな商品だ。こういった所が『神栄』の得意技。

### 「発想の原点はわがまま」

高橋専務曰く、「私は新商品開発については『わがまま』な意見を、職人さん達にぶつけるんです。そしてその意見を具体的な商品にするのは現場に任せるんですよ。」

現場の菓子職人では絶対発想しないような斬新な商品企画をぶち上げ、現場が「え?」と言う事をあえて考える。その企画をなんとかしようと、職人さん達も知恵を出しあって良いものが完成する。菓子作りの詳細を知っているとその限界点を超えられない。現場の細かい事を知らないから限界点を超える発想が出来る。そうやって現場(職人)の意識のリミッターを外していかないと、新しい良い商品は生まれない。だから、職人に「え?」と怪訝な顔をされたら、「これは売れる!」と確信する。と専務は豪語される。現場の開発力に絶対の信頼を置いているからこそだ。



### 「人の手」

「最近つくづく思う。」と感慨深げに仰る専務。結局、建築屋が菓子屋になっただけ、職種は変わっても人を使って物を作って行く事は同じで、機械で作るのは無く人の手で物を生み出して行く。その道のプロフェッショナルとしての職人がその手で物を作って行くスタイル。職種は変われど、これが『神栄』なんだと実感されているのだ。

### 「和気藹々」

その年の1年間の活動をDVDにまとめた物を上映し、皆の一年の労をねぎらう総会を年末に開催されている。

和気藹々と社員同士本当に仲がよい。はじめはあまり呑み会とかは無かったが、今では部署を超えて集い、ワイワイガヤガヤやっていて皆が仲が良い。皆が仲良くなれるようにと、専務ご自身もいろいろ骨を折ってこられたようだ。

### 「我慢- 天から降ってくる」

インタビューも終わろうとした時に、又一つ良い話を聞かせて頂いた。消費者への直販(直営ショップやインターネットショップ)の話をたびたび頂くが、まだそこまでの力は『神栄』には無いと思っている。今のうちにその力を蓄えておけば、いずれその時が来ればそういう話しが天から降ってくる。

今はその時に備えて力を蓄えておく時期だと皆に言っている。まだ若い、いまから10年後でもまだまだ出来る。

焦る事はない。チャンスはいつ来るか分からない、だから今は我慢してその時がきたら、直ぐに掴めるようにしたいと思う、と。

34歳とまだ年齢はお若い専務だが、向上心に燃え、口は若干悪いが(失礼!)仕事に真摯に向き合い謙虚で、明るく楽しい魅力的なお人柄に、専務にとっては社長(親)世代の取材陣一同深く得心し、インタビューを終えた。

### 株式会社 神栄

代表取締役 高橋明良  
専務取締役 高橋慶光

本社営業所:  
〒551-0012 大阪市大正区平尾5丁目4番7号  
鶴町工場:  
〒551-0023 大阪市大正区鶴町1丁目18番13号  
長居工場:  
〒558-0004 大阪市住吉区长居東1丁目8番20号102  
ベトナム工場



【取扱商品】袋ゼリー全般製造部(一部焼菓子を含む)、ケーキオーナメント、クッキーの製造販売  
冷凍ケーキ、包装資材全般