

# 100年続く老舗企業の 魅力を伝える 知的資産経営報告書

～老舗企業の魅力とそれを支える知的資産を明らかにする～



株式会社抽餅子総本家中浦屋

2015年1月発行

# INDEX

1. 当社の代表製品	.....	1
2. 当社の概要	.....	2
3. 100年続く当社が大切にしていること	.....	3
4. 当社が提供する価値とそれを支える知的資産	.....	4
5. これからの挑戦	.....	5
6. 代表者からのメッセージ	.....	5
7. 作成支援士業コメント	.....	6

## 1. 当社の代表製品



## 2. 当社の概要

### ■ 経営理念

私たちは安全安心なおいしさを創造し  
笑顔あふれる心ゆたかな地域社会づくりに貢献します。  
※4つの規範(経営規範、製造規範、販売規範、社員規範)

### ■ 当社の特長

#### ● ひとつのお菓子はひとりのお客様(製造規範)

当社は、数多く製造したお菓子のひとつをお客様に召し上がっていただくのではなく、ひとつのお菓子をひとりのお客様に召し上がって頂くことを念頭に安心安全を徹底し、「おいしくなあれ」と心を込めてつくっている。

#### ● 売るのではなく、お買い物のお手伝い(販売規範)

当社は、商品を販売してご購入して頂くという姿勢ではなく、お客様と先さま(お客様がお菓子をお届けになる相手様)がご満足いただけるお買い物のお手伝いをさせて頂くという姿勢でいる。

#### ● 家族のような従業員同士の連携

当社は、従業員を家族と考え、チームワークを重視している。そのため、新たな家族(従業員)の採用は、社長が一人で決めるのではなく、既存の従業員が面接して話し合って決定している(社長は書類審査のみ関与)。

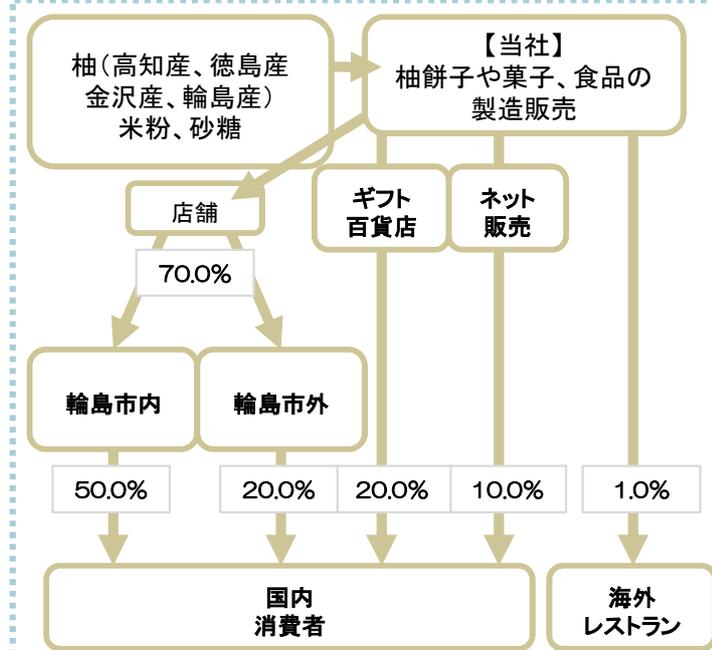
### ■ 企業概要

【代表者】 : 代表取締役 中浦 政克  
【住所】 : 輪島市河井町4部97番地  
【業種】 : 菓子製造販売業/食品製造販売業  
【資本金】 : 10,000千円  
【従業員数】 : 14名  
【URL】 : <http://yubeshi.jp>

### ■ 沿革

1910年 初代 勝記が創業。  
1916年 第二次世界大戦中に二代 政記が他界。  
1967年 三代 駿一が柚餅子専門店に業態転換。  
本店新築。  
1985年 四代 政克が入社。  
1988年 法人成り。三代と四代が代表取締役就任。  
1991年 金沢百番街店開店(2005年に直営から委託に変更)。  
1993年 輪島朝市店開店。  
1995年 四代が社長に就任。  
1997年 まっとう車遊館店開店(2004年に閉店)。  
2001年 本店に喫茶・工芸部門 輪風庵併設(2010-2013 休業)  
2008年 輪島本町店開店。  
2009年 金沢ゆべし【柚雲】発売。  
海外事業のYUBESHI.japan開始。  
2013年 Machiya5(金沢市安江町)に【金沢ゆべし中浦屋】開店。  
2014年 【金沢ゆべし中浦屋】めいてつ・エムザ店開店。

### ■ 当社のビジネスモデル



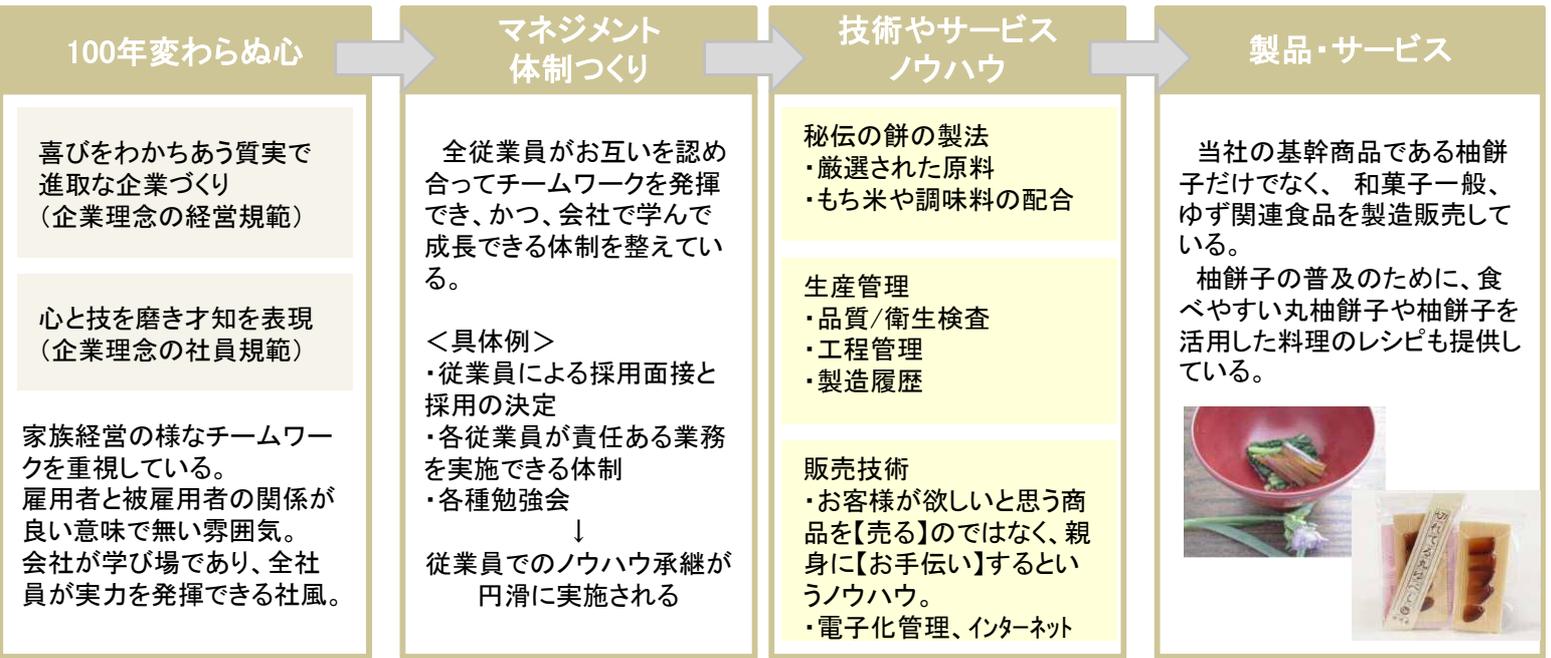
### ■ アクセス



### ■ 連絡先

【TEL】 : 0768-22-0131  
【FAX】 : 076-203-0067  
【E-Mail】 : [info@yubeshi.jp](mailto:info@yubeshi.jp)  
【担当者】 : 中浦政克

### 3. 100年続く当社が大切にしていること



#### ■ 当社が大切にしていること

#### 【丸柚餅子の製造】 家族的経営で承継された技術



① 柚蓋の製造      ② 餅だねの詰入れ      ③ 蒸し      ④ 自然乾燥

丸柚餅子の製造は、厳選された柚選びから始まる。当社は、高知、徳島、金沢から厳選された柚子を仕入れている。

柚釜の製造は職人技である。竹べらで中身をくり抜いた後、外皮から明かりが透けるまで皮裏のワタを丁寧に削ぎ落とす。

餅たねは、独自製法により粘り強い。

#### 【柚餅子の多様な展開】 家族的チームワークと従業員の研鑽で実現展開している事業



当社は、伝統的な柚餅子の製造販売だけでなく、様々な展開を繰り広げている。

① 海外展開  
2009年にニューヨークで開催された食品の展示会をきっかけに海外に進出。食材としての可能性を求めている。

② 創作つまみ  
日本バーテンダー協会石川県本部との共同により、茶菓子として知られている柚餅子の新たな食べ方を提案した。

③ 金沢ゆべしの復活  
加賀藩で食された柚餅子を再現。

④ 柚餅子作りの体験教室  
柚餅子の製造方法を後世に承継するために開催中。

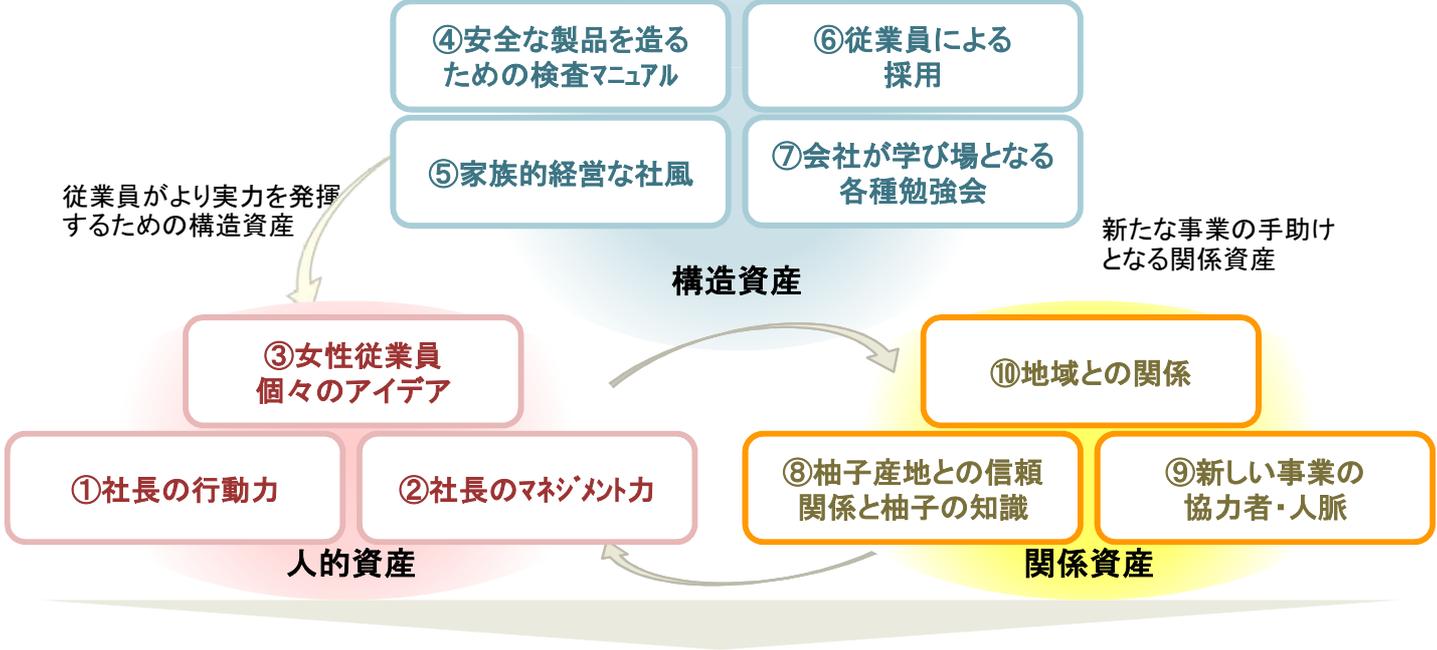
① 海外展開 (北陸中日新聞 平成25年9月18日)      ② ゆべしのアペタイザー      ③ 金沢ゆべし(上)      ④ 体験教室(下)

# 4. 当社が提供する価値とそれを支える知的資産

## ■ 当社が提供している価値は、どのように形成されたの？（過去から現在の価値創造のストーリー）

初代から4代目までの特徴	柚餅子専門店としての展開	食品メーカーへのプロローグ
<p>当社は、明治43年9月創業の和菓子製造販売業である。平成22年で創業100年を迎えた。初代中浦勝記は、明治43年の輪島大火後の焼け野原から事業を興した。菓子製造販売を中心に幅広く食品卸を営んでいた。創業期の従業員20名の中には住み込みの者もあり、創業時から家族的経営を営んでいた。勝記は、本業と併せて、商店街振興や地域活動にも積極的に参画し、町議員も務めた。2代目政記も商工業の振興活動に邁進していたが、徴兵されて戦死している。3代目駿一は、人を信じ、分け隔てなく人を大切にす人柄であった。地域住民に対しても心を開き、従業員同様、家族のように接した。</p> <p>4代目は、3代目までの人への接し方等を基本に企業理念の経営規範をまとめている。4代は、小さな商売では学べないことを身につけた。コンセンサス形成の技術や組織づくり、行政システムを理解した地域振興計画のプランニングなどである。</p>	<p>当社は、昭和42年ころから専門店としての道を歩み始める。当時、柚餅子を製造している菓子屋は6件程度あり、当社は後発であったがゆえに、差別化のために専門特化する必要があった。例えば、餅だねの原料や製法を工夫して付加価値を付け、他より価格を上げた。</p> <p>3代目は行動力があった。昭和45年に輪島の柚が凶作になったが、当時、婦人誌「ミセス」に取り上げられて爆発的な需要が見込める中での危機である。駿一は代わりに柚を求めて大阪の市場に行ったが無く、その場で入手した情報を元に、大阪に行った足で徳島県は木頭に向かった。この行動があったからこそ、現在の仕入先があり、品質がある。</p> <p>経営危機もあった。柚餅子の乾燥工程の不備により全てが腐敗して廃棄した年があった。4代目の現社長はこの経験を目の当たりにしており、この経験は現在の製造規範も基になっている。</p>	<p>現社長の4代目政克は、金沢での和菓子修行を経て昭和60年弊社に入社している。昭和63年の法人成りの際は、経営に参画するようになった。</p> <p>4代目は、柚餅子の需要拡大を軸に様々な事業に取り組んだ。金沢ゆべしの復活や柚餅子を活用した料理の提案、海外展開である(YUBESHIJapan)。金沢ゆべしは、加賀藩の料理頭の料理書を元に、金沢学院大学大学院の陶教授のご協力の下復活させた。柚餅子の海外展開は、柚餅子を食材として米国のトップシェフに紹介した。社長の行動力とそれまでに培った人脈が活きている。</p> <p>この頃から、健康美をキーワードに、和菓子だけでなく柚を用いた食品をプロデュースし始める。現在は女性従業員のアイデアを基に社長が具現化しているが、女性従業員自らが企画実行できるための環境も整えつつある。</p>

## ■ 当社がお客様に提供している価値はどのような人や仕組みで支えられているの？



**【提供する顧客価値】**  
 メーカーとして、柚商品を通じた健康美を提供します。

当社は、和菓子としての柚餅子の製造販売事業から柚を通じた健康美を届けるメーカーへの転換期にある。新しい事業に挑戦しているが、そこにはこれまで培った知的資産が活かされる。

新たな事業の推進力の源は、なんといっても社長の行動力(①)とマネジメント力(②)、具体化にご助力いただける協力者である(⑨)である。もちろん、地元地域との関係も不可欠である(⑩)。また、新事業のキーワードである健康美に関わる商品には、女性従業員のアイデアが必要である(③)。新事業にはこれまでと同様に高品質な柚は欠かせない(⑧)、生産管理のノウハウも食品に携わるメーカーとして必要不可欠である(④)。当社としてこれらの土台となるのが従業員が一丸となれる家族的経営な社風であり(⑤)、それを維持するための従業員自身による採用面接と採用決定である(⑥)。なお、ブランディング等の各種勉強会(⑦)は、企業として成長するための発射台であり、今後の躍進に必要な知的資産である。

※括弧内の数字は、上図の数字に対応。

## 5. これからの挑戦

### ■ 当社は常に進化します。(未来の価値創造のストーリー)

#### 【ゆべし】文化等の承継

創業100年を超える老舗として、柚餅子製造販売業として、【ゆべし】文化の承継を担うことをひとつの目標としている。

輪島の柚餅子だけにとどまらない菓子文化の承継や、柚餅子の文化や製造技術を後世に伝える事業を展開する。既に、柚餅子作りの体験教室を開催しているが、これに加えて文化や技術を冊子等にまとめることを検討中である。

また、全国にある【ゆべし】の文化を発信する事業に取り組む予定である。【ゆべし】を漢字にすると【柚】の字を用いるが、柚の代わりに胡桃やその土地の特産物を材料とする餅菓子が全国にある。それらの総称である【ゆべし】を扱ったフォーラム等を開催する予定である。全国の製造業者や専門家(フードコーディネーターや学者等)を一堂に会して【ゆべし】を発信する。

#### 海外展開の強化

柚を活用した和菓子以外の加工食品の海外展開を強化する(柚の香りを活かせる加工食品)。現段階では、ニューヨークを拠点としたアメリカで飲食店を中心に販売している。今後は東南アジアやヨーロッパへの展開を進める。海外の販路開拓は現地の情報が重要であるため、パートナー企業や人的ネットワークを広げて取り組む。



北國新聞 平成22年9月23日

#### 新たなブランド

柚の機能性に注目した商品を提供する新たなブランドの立ち上げの準備をすすめている。柚子の花言葉である「健康美」を体の外と内から実現させるための商品を開発し、恋愛や仕事で“勝負する”女性をサポートするブランドである。体の内を支えるために健康食品部門を、体の外の健康美を支えるために美容部門を立ち上げる。第一弾商品は現在研究開発中である。

当社には、多才な女性スタッフがおおり、新ブランドの展開は彼女たちの意見があるからこそ可能となっている。課題としては、食品以外の販路開拓を可能とする営業力や、新たな分野での存在感を出すブランディング力が考えられる。これらの課題は、これまで同様、学びの場である会社の仕組みを活用して解決を展望できると考えている。

## 6. ～代表者からのメッセージ～



代表取締役 中浦 政克(4代目)

昭和58年3月 輪島高校 卒業  
昭和58年4月 株式会社浦田甘陽堂 入社  
昭和60年10月 当社入社  
平成7年11月 代表取締役就任

(経験公職等)

日本青年会議所石川ブロック協議会会長、石川県食品協会理事、株式会社まちづくり輪島代表取締役社長、特定非営利法人輪島市地域づくりNPO理事長、輪島まつり実行委員会委員長等

### 私たちが大切にしていること

私たちの事業は、家族経営の延長に成りたっていると考えています。会社に従事する者どうしが家族のように助け合いながら、社業を通じて自らの生活を豊かにしてほしいと願っています。また、会社と社会に暮らす者として双方に貢献することは言うまでもなく、一人ひとりの個性を活かす環境づくりを心がけています。そして、家族のような私たちに事業を委ねてくれた先人とお客様に精一杯のご恩返しをする姿勢が最も大切な心構えだと思っております。新しい技術にも積極果敢に挑戦する事業所として、その基底となる心と精神を大切にみんなで社業に励んでまいります。

## 7. 作成支援士業コメント

### 中小企業診断士 佐々木 経司

株式会社柚餅子総本家中浦屋様の知的資産のうち、⑥従業員による採用がもっとも重要であると考えます。これは、従業員自らが家族を選択できる仕組みであり、チームワーク/組織力の向上に資する知的資産と考えられます。この知的資産は、当社の経営理念や社長の考えを十分に理解して実践できる従業員がいるからこそ成り立っていると考えられ、すなわち、社長の右腕になりうる従業員の存在を意味します。今後事業を拡大するうえで、右腕になりうる従業員がいることは心強いかと存じます。

「5.これからの挑戦」にある「新たなブランド」では、女性従業員の活躍が期待されております。新しいブランドの展開では、⑥従業員による採用で集まったチームだからこそ発揮できる力があるかと存じます。採用時から波長が合い、家族的経営で養われたチームワークがあるからこそ、当社の経営理念やブランドコンセプトからぶれない事業を展開することが可能かと考えられます。

今回記述された「5.これからの挑戦」以外にも、当社は事業のアイデアを数多く持っているかのように考えられます。今後もさらなる事業展開を期待いたします。

### 行政書士 勝尾 太一

食品製造業に求められる各種の基準(成分規格、調理基準、保存基準など)は、法律・通達などにより食品ごとに細かく定められております。これは、100年以上の伝統を有する老舗企業であると否とを問わず、製造規模の大小を問わず、食品製造に携わる限り一律に求められている基準です。ときとして、法律で求められる基準と、長年にわたり老舗企業が大切にしてきたことは相反することが少なくありません。

柚餅子総本家中浦屋は、伝統の製法を大切にしながら、法律の基準に合わせた管理を行うという困難な課題に対して知的資産をフル活用し、効果的にその両立を果たしております。その一例として工場長に製造の従業員ではなく事務職出身の従業員を抜擢していることがあげられます(構造資産、人的資産の利活用)。製造の現場からもっとも遠くに位置するようと思われる事務職からの抜擢は、許可に基づく事業を営むという観点(各種事項に関する管理とそれを明らかにする書類の作成の必要)からは極めて合理的ではありますが、現実には容易なことではありません。これを実現することができたのは、社長の柔軟な発想力と決断力(人的資産)、そして家族経営的な社風、従業員の採用までも既存の従業員が行うという強固な社内体制(構造資産)にあると言って良いでしょう。人の採用と雇用の維持という地域が抱える問題を“家族として迎えること”を徹底することにより、不利と思われる状況を好転させ、知的資産としての価値が大きく高まっている好例といえます。

同社は、海外への進出にも力を入れておりますが、“和食文化”がユネスコ無形文化遺産に登録されことは追い風になると考えます。苦い経験を多く保有し克服してきたことに老舗企業としての強みを実感することができる、柚餅子総本家中浦屋の今後ますますの発展が期待いたします。

### 弁理士 横井 敏弘

株式会社柚餅子総本家中浦屋(以下、当社)は、伝統の町「輪島」において、老舗菓子店として長きにわたり菓子製造販売業・食品製造販売業を続けて参りました。

当社の知的資産を考えると、まず注目すべきは、ブランド戦略の完成度の高さです。輪島という地域や老舗から生ずる「伝統」というブランドイメージを活用しながら「柚餅子総本家中浦屋」という屋号にしっかりと信用を化体させております。一方で、新ブランド「金沢ゆべし中浦屋」を立ち上げて、新たなチャレンジを続けております。

また、地元輪島にあっては、地域のお客様に愛される老舗菓子店として、地域のニーズに合致した商品ラインナップを展開し、厚い信頼を得ております。一方で、金沢では、加賀藩で食された柚餅子を復活させて、金沢の風情や需要に合致した店舗を展開しております。さらには、ニューヨークで開催された展示会にも積極的に参加し、米国を中心に海外展開を着実に進めております。

このように、当社は、伝統や地域のブランドイメージを大切にしながら、一方でこれらに囚われすぎることなく、ブランドの使い分け、及び、ブランドイメージの調合を非常にうまく行っております。

また当然ながら長い伝統の中で様々なノウハウを蓄積しております。食品製造業としてのノウハウ、及び、販売業又は輸出業としてノウハウなど、幅広いノウハウが当社の強みとなっております。

それぞれのブランドが今後ますます成長し、中浦屋さまが、地元輪島市民に愛され、さらには日本中・世界中のお客様に愛される存在であり続けることを期待しております。