

判断の基準はお客様

今秋、関東に拠点を置くフレッセイホールディングスと経営統合し、『アクシアルリテイリング』（『小売業の軸』の意）として、さらなる飛躍を目指す原信ナルスホールディングス。「変化の時代に対応し、自ら変化の軸となる」とする企業姿勢の根幹にある、創業以来連続と続く哲学、「判断の基準はお客様」が私たちとなったサービスや商品の数々を訊いた。



原信ナルスホールディングスのサービスの代名詞「袋詰め」

原信ナルスホールディングス株式会社
長岡市中興野18番地2

代表取締役社長
はら かずひこ
原 和彦 さん

食卓に一輪の花を

「ありがとう」。買い物を終えたお客様がレジで手際よく袋詰めする女性従業員に声をかける。お客様の言葉に従業員が頭を下げる。原信ナルスホールディングスの、店舗での日常的な一コマだ。時間さえあれば店舗を見て回るという原和彦社長の脳裏に父・信一前社長の言葉がよみがえった。「欧米では袋詰めは当たり前。日本のスーパーマーケットは不遜だ」

今や同社のサービスの代名詞ともなった袋詰め。全店舗で実施しているスーパーマーケットは国内では同社だけ。袋詰めには、量に応じた袋に商品を詰める「リデュース」、一度使ったレジ袋を次回も活用する「リユース」、不要になつた袋を回収し再生する「リサイクル」といった社会貢献も託されている。「昭和初期、店に行けば物が買え、それだけで豊かになった時代がありました。今は物があふり余っています。今は物があふり余っている時代。そんな今だからこそ、お客様の潜在的ニーズを顕在化し、社会に貢献したい」。同社の理念は「スーパーマーケットを通して、お客様の暮らしをより豊かにする」だ。その根幹となっているのが「五年前に急逝した前社長の口癖、

「判断の基準はお客様」です」。前社長が急逝した直後、百年に一度と言われるリーマンショックに見舞われた。激動の中、社の舵取りを継ぎ、羅針盤となつたのが「商売に妙手妙案はない」「基本の徹底」など、前社長から学んだ教えの数々だった。「製造小売りという言葉があります。お客様が望んでいる商品を自ら開発し、提供する。たとえば弊社には『帆立貝柱のチーズ和え』という商品があります。これは『贈答品としてすでに世にあつた商品をお求めやすい価格で提供した』もの」。顧客の潜在的ニーズを顕在化するため同社では本社に開発チームを設け、オリジナル商品を開発する一方で、お総菜やおにぎり、ベーカリー等はグループ会社の工場で製造。地元メーカーとの共同で商品プロデュースし、提案するなど、「判断の基準はお客様」の具現化に努めている。

「原信とナルスが統合した際、物流センターの一角にフラワーセンターを設けました。特別な日でも食卓に花が一輪あれば、家族団らんの方が華やかになり、明るくなる。弊社は今後も、そんな花一輪の豊かさを求めていきたいですね」

変化の「軸」であれ

品質の高い花の安価な提供が原信とナルスの統合で実現したように、潜在的ニーズを顕在化し、手頃な価格で流通させるには、「スケールメリットを生かして価格競争力を高める規模、商品を開発、調達し、店頭まで効率的に届ける機能、それらを実現し、改善し続ける人材が必要です」

現在、新潟・長野・富山に七十の店舗網を築き、商品の特性によつて二時間以内で店頭へ配送できる物流センターを持ち、発注システムが機能することで新たな商品やサービスを世に問うてきた同社。さらなる飛躍を目指し、今秋、群馬・埼玉・栃木に四十九の店舗を持つフレッセイホールディングスと経営統合する。「今回の統合で店舗数は百二十店弱まで増えますが、規模の利益が生まれてくるのは二百店から」

統合の背景には、「変化の時代に対応し、自ら変革、変化をつくらう」とする同社の企業姿勢がある。「思えば、弊社の歴史は変革そのものでした」。明治四十年、初代・信佐氏がローソク店を創業。戦後、電気が普及するや陶磁器の販売に切り換えた。昭和三十年代後半に入りプラスチックが出現すると、食品スーパーを設立。

「お客様のライフスタイルの変化に応じて我々の生業も変わってきた。昨今で言えば、インターネットやスマートフォンが普及し、二年前からネットスーパーも導入しました」。もちろん、高齢化時代を反映したシルバースデー、子育て支援など、時代に即したサービスも数多く提供している。「流通業界は、今後も変わりがなく続いていくでしょう。我々は自ら変化していくことで世の中に貢献していきたい。変化の軸となる企業でありたい」。この思いから新社名を『アクシアルリテイリング』、小売業の「軸」とした。「変化の軸には、いつも前社長の口癖『判断の基準はお客様』があります」

『成功事例・改善事例バンク』をはじめ、今日の成長を裏づける多くの独特な社内システムを有する同社。「私どもはお客様に『ありがとう』と申し、上げる立場です。にも関わらず、お客様からお褒めをいただく社員もたくさんいます。そんな社員に、会社として『ありがとう』と言おうと、お客様から感謝のお言葉を頂戴した社員の名札には、桜マークを記し、表彰しています」。成長の根幹を担う人材もまた、同社の軸である。



風味と食感を生かすため、小豆の煮炊きから形づくりまで手作業で行い、大ヒット商品となった「おはぎ」



安価に提供することで贈答品を日用品に。「帆立貝柱のチーズ和え」



「お客様の声」に社員が返事を



土物野菜



地場野菜



記念日でなくても花を日常に。原信とナルスとの経営統合により実現したフラワーコーナー



バックヤードにパン工場を設け、焼き立てのパンが購入できるベーカリーコーナー



鮮魚コーナー



グループ会社の工場で製造されるお総菜コーナー

●原信ナルスホールディングス株式会社
〒954-0193 長岡市中興野18番地2
TEL 0258-66-6711 FAX 0258-66-6727
http://www.hnhd.co.jp/



原信 寺島店



「フラワースマイル賞」として社から表彰された和田恵美さん



顧客からの「ありがとう」を桜のマークで記した名札

信頼を継ぐ 若い力

「冬場の仕事をつくろう」。昭和五十七年、浦佐八色地区で、三名の農家が豪雪の中、原木栽培に取り組んだのが「八色しいたけ」の始まりだった。二年後の五十九年、九名で「八色しいたけ生産組合」を発足。原木から菌床へ、そして上面栽培へ。高品質を保ちながら飛躍的に生産量が増えた背景には、農協と生産者が一体となった紆余曲折、三十余年の日々があった。

八色しいたけ 事業協同組合

南魚沼市荻荷沢1473-25



20代、30代の役員がポスターのモデルに。

キャッチコピーは「厚いにも、ほどがある」



培土となる楢100%のチップ



発生ハウスで収穫を待つ「八色しいたけ」



ハウス周辺の除草にも農業はいっさい使わない。シートを被せ、共同の手作業で除草



培養センターで菌床の状態を確認

楢チップ、オガ等の木質基材に米ぬか、フスマ(麦ぬか)等の栄養源を混ぜてつくられる菌床。



バックセンターに納入する生産者



バックセンターでは女性社員の手によって規格ごとに袋詰め、箱詰め作業が。



培養センター。7万菌床のハウスが4棟、合計28万菌床ある。



厚いにも、ほどがある

「なんでこんな椎茸ができるんだ？」。平成十年、岩手県の農家を視察したときのことだった。八色しいたけ生産組合のメンバーは口々に声をあげた。「大きくて肉厚。こんなに美しい椎茸は見たことがない」

八色地区は日本を代表するブランド、魚沼産コシヒカリや八色西瓜の一大産地だ。しかし冬ともなると、三ヶ月を超える雪が降る。八色しいたけ事業協同組合・上村清吉さんは語る。「当時、農家の冬の仕事と言えば、除雪か、スキー場で働くか、出稼ぎに行くか」。出稼ぎでなく、この地で冬の仕事をしよう。昭和五十七年、浦佐八色地区で三名の農家が原木栽培に取り組んだのが八色しいたけの始まりだった。

「雪の中でパイハウスを建て、八海山の伏流水を汲み上げた井戸水を使って雪を消し、ハウス内にきのこの旬・秋をつくれば椎茸が出るはずだ」。半信半疑で始めた椎茸栽培は成功し、生産者も増加。昭和五十九年、九名から成る「八色しいたけ生産組合」が発足した。上村さんは言う。「凍りついた原木をトラックに積んで八色まで持ってきて、雪

の中をハウスに運ぶんですから、それはもう重労働でしたよ」

平成四年、北海道などの寒地をはじめ、全国で椎茸栽培が普及する一方で、原木の伐採業者が減り、質のいい原木を手に入れるのが困難となった。同時に安い中国産椎茸が席卷し、市場では品質が問われ始める。「原木から菌床栽培に切り換えよう」。生産者全員の意志を確認し、平成六年、JAが主体となり、県の『きのこの里つくり事業』を受け、菌床センターを設立。ところが、本格的に菌床栽培を開始するも、なかなか理想とする椎茸をつくること

ができず、試行錯誤を繰り返す日々が続いた。そんな頃に一条の光明となったのが、種苗会社から八色しいたけを任せられた指導者との出会いだった。「菌床ブロックは野菜で言うところの畑だ。このブロックが良ければ、いい椎茸ができる」。十余年続いた指導のもと、平成十年、岩手県での視察を終えた八色しいたけの生産者たちは、それまでの全面栽培から「上面栽培」に切り替えた。これが現在の八色しいたけの品質を表わす惹句、「厚いにも、ほどがある」の礎となった。

量は力、品質は信頼

「上面栽培」とは、六面体の菌床ブロックの下をビニール袋で覆い、上だけを開けて栽培する方法だ。山田義夫理事長は語る。「ビニールで塞ぐことで余分な芽が出ないようにして、芽の発生個所を菌床の上面に集中させ、大きく、軸のまっすぐな形のいい椎茸をつくります」。通常、椎茸栽培は山で原木に菌をつけ、四、五年で栽培する。楢のチップに米ぬか、フスマ等の栄養源を加えて攪拌し、人工的につくった培土に菌を落とし、高圧釜で殺菌処理した菌床を用い、一年で収穫するハウス栽培では、より自然に近い環境をハウス内につくり、無駄な芽が出ないように栽培しなければ、椎茸は大きくならない。

そのため、最も注意を払うのが「温度管理と湿度管理」。一年中、鬱蒼と生い茂った秋の山の気候を人工的につくるには、高度な技術が必要だ。こうした農家の努力に加え、今日のブランド化の一翼を担ったのがJAによる補助事業への取り組みだ。平成十一年、十三年、県の『きのこ王国支援事業』により培養室空調化、パイハウス等のリース事業を導入。平成十四年、

空調栽培ハウス、バックセンターを建設。平成十五年、国の『しいたけ生産体制整備緊急対策事業』により、JA魚沼みなみが新たに菌床センターを建設。十九年、国の『林業経営構造事業』を受け、空調栽培ハウスを拡充。二十三年、「八色しいたけ事業協同組合」が設立され、「現在、栽培農家十七名、生産高千二百ト。全国でも有数の産地となりました」

小倉 一朗施設長は言う。「昨年、培養センターができ、生産者は栽培に集中。一・三倍の生産拡大も可能になりました」。これまで一年で収穫していた栽培サイクルが九か月強となり、ゆくゆくは年間千八百トの生産高を目指す。上村さんは語る。「肉厚で大きな椎茸を初めて収穫した日の感動は忘れられません。そして何よりも嬉しいのは、若者が事業を継承し、本気で取り組んでくれること」。同組合では、役員職を二十代後半から四十代の山田理事長たちに委ねた。山田理事長は言う。「量は力、品質は信頼だと言われます。先人が築いた信頼を裏切らないために、次代を任せられた我々は、より品質の高い八色しいたけの栽培を目指し続けます」

●八色しいたけ 事業協同組合
〒949-7231 南魚沼市荻荷沢1473-25
TEL 025-780-1360 FAX 025-780-1363
<http://www.ja-uonuma.or.jp/>



第一バックセンター外観



八海山の伏流水を活用して熱源に。地下水利用ヒートポンプ



使用済みの菌床は堆肥センターに。



発生ハウス外観