インタビュアー：小池栄子さん・村上 龍さん

日経スペシャル～村上龍の経済トークライブ～

カンブリア宮殿

2012.9.20 ON AIR

＃312 はヤナギヤ。柳屋社長が出演！

働く大人の人気番組、あの「カンブリア宮殿」に312回目のゲストとして柳屋社長が出演致しました。本番組は経済界のトップやその道で偉業を成し遂げた人、また政財界など多彩な業界のリーダー達が発する言葉や姿勢が、視聴者である私たちにも「勇気や希望」を与えてくれる内容であるため、一般人からも大変人気が高い経済番組です。

「カンブリア宮殿」は、メインインタビュアーの作家・村上龍さんがサブインタビュアーの女優・小池栄子さんと共に多彩なゲストを迎えて、その人物や企業の持つすごさ・特色を引き出すトーク番組で、テレビ東京系列にて毎週木曜日22時から全国放送されています。（CSやケーブルTVで放送されている日経CNBCでは毎週土曜日11時～）

＊「カンブリア宮殿」はメイン協賛スポンサーで番組制作にも深く関与する日経新聞が、『中外物価新報』として創刊してから130周年を迎えた2006年に、その記念企画及び『ガイアの夜明け』に続く『日経スペシャル』第2弾としてスタート。（ウィキペディア引用）2006 年の第1 回目の放送ではヤナギヤに日本経団連の副会長としてご視察に来られた（平成18年3月）トヨタの張会長であり、その後のゲストは企業規模を問わずモノづくりニッポンを支える著名な方々が多数ご出演されています。

放送終了後、様々なご感想をお寄せ頂きました。中には一般の方からヤナギヤさんでカニカマ売っていますか？どこに行けばテレビのカニカマ買えますか？などのお電話もあり、全国的にカニカマが売れたのではないでしょうか。

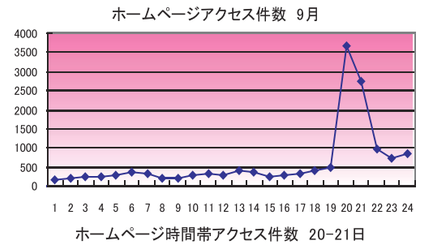
寄せられたお手紙やメール、電話など「感銘を受けました」「感動しました」「パワーをもらいました」というお褒めの言葉が多く書かれていました事、本当に有難うございます。

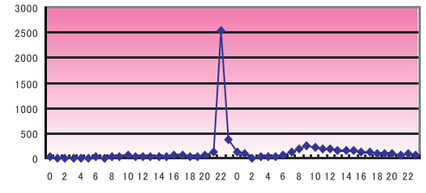
また、9月20日のホームページアクセス数は過去最高の3671件（通常300件程度、過去最高は710件で、ジャパーン47ch スーパー放送日（毎日放送））でした。今回は一気に5倍！さすが日経スペシャルです！翌日、翌々日も多くのアクセスがあり番組の人気も伺えました。

ちなみに番組の視聴率はテレビ東京で5.4％（通常5％前後）で、瞬間最高視聴率は「フグの皮むきシーン」の辺りだったとのことでした。

テレビのちからは凄かった！

ホームページアクセス件数も過去最高値を記録！





村上　龍の編集後記

アートの領域

スタジオで第三世代のカニカマを目にしたとき、あまりの精密さに唖然となった。収録後、お土産でいただいたそのカニカマを持って馴染みの寿司屋に行き、こっそりと披露すると、その場にいた誰もが本当のカニだと言った。これはもう「アートの領域」だとわたしは思った。

柳屋さんは「顧客のニーズを探る時代は終わった」と明言する。ニーズはすでに存在せず、商品への潜在的要望があるだけであり、大量の漠然とした情報の渦の中から、具現化できるものを正確にとらえて提案するのだという。その先進的な営業哲学は、アートの領域に高められた食品を提供し続けてきた自信によるものだろう。

こちらはスタジオトークほぼ完全版！
ネットで配信中です。
http://www.tv-tokyo.co.jp/cambria/dogatch/

― 撮影にご協力頂き本当に有難うございました。―

「＃312 ヤナギヤ」の視聴率はテレビ東京で5.4％と、平均よりは少し高かったようで、担当ディレクターもホッとされた様子でした。

番組は「“世界を制したカニカマ製造機”その驚くべき技」「“頼られる会社”を目指せ！」「大震災！復旧支えた機械メーカーの心意気」の3 つのテーマで構成されていました。

インタビュアーの村上龍氏と柳屋社長の話をメインに、ビデオ映像で社内の様子を始め、世界のカニカマとしてリトアニアのビチュナイ様、最新カニカマとしてヤマサ蒲鉾様の斜短繊維カニカマ、かまぼこの歴史説明に宇部蒲鉾様の蒲鉾歴史資料館、被災地復興支援では水野水産様、新提案では鐘崎様へのトップセールス、総合食品部門では田代食品様の木綿豆腐製造装置、水産大学校様のフグ関連機器、吹上堂様の整列供給、富士水産様のネギトロ生産等が紹介されました。

この度の取材に関しましては大変お忙しい中、ご協力を賜り誠に有難うございました。撮影には多くの時間を割いて頂き、ご対応頂いたにもかかわらず、放送時間の関係上ほとんどが編集カットとなってしまいましたこと深くお詫び申し上げます。

写真：カンブリア宮殿Facebookページより
http://www.facebook.com/cambrian.palace

ちょっと雑学を！

「カンブリア宮殿」テーマの由来

「カンブリア」とは古生代の区分の1つ・カンブリア紀を指し、進化により突如一斉に多種多様な形態の生物が登場し、将来への模索が行われた「カンブリア爆発」の起きた時期（およそ5億4200万年前から5億3000万年前）です。

多様な経済人が誕生し、未来への道を模索する現代の日本を、未来への進化が爆発的に起こったカンブリア紀に例えており、番組のキャラクターにも、この時期の生態ピラミッド頂点捕食者「アノマロカリス」が使われています。「アノマロカリス」はカンブリア紀最大の生物で、全長は標準的なもので60cm程度、最大で2mに達していたそうです。

本当はまだまだあったカンブリア宮殿！

お蔵入り

番外編

仙台では高政さんでの撮影や営業所内、そして有田営業所長による自転車での被災地巡回の再現撮影もありました。

宇部蒲鉾(株)倉満部長による
蒲鉾の歴史説明と商品紹介

宇部漁港
工場の煙突をバックに化学工業と漁業の町を撮影

ネギトロの富士水産(株)(山口市)
福山賢三社長(右から2番目)と撮影クルー

ヤマサ蒲鉾さん
(姫路市)
2度にわたり様々な映像を撮影させて頂きました。

吹上堂(宇部市)「利休さん」

▲焼津や枕崎などから年間300tのマグロを仕入れて、ネギトロとマグロの漬けに加工。

福山社長の愛車は
ハーレーダビットソンとマセラティ！

撮影後、フグは中尾社長によりきれいに捌かれ「ふぐ刺し」に！撮影クルーも大満足！美味しかった!!

オールカットとなった社内の「会議風景とインタビュー」、残念！

ふぐの捌き方を説明される
(株)なかお 中尾 孝社長

＜会社概要＞
九一庵（きゅういちあん）食品協業組合
創　　業　平成７年４月１日
従業員数　正社員39名　パート70名
日産能力　100 ～ 120俵
本社工場　長崎県大村市東大村2 丁 目 1 8 0 1 番 地 1
電話番号　0957-52-0900
http://www.kyuichian.com/

九一庵食品協業組合　本社工場

長崎県大村市の九一庵食品協業組合さんでは、今年３月にテスト的に「ツインマイスター」を１台導入され、更に７月に３台追加導入されました。そこで、追加導入に至るテスト結果とは何かについて徳田理事長にお話を伺いましたのでご紹介いたします。

５～６％歩留まりＵＰで高評価!
原料費削減に大きく貢献！
豆乳搾り機 ツインマイスター

代表理事・理事長　徳田信義氏のコメント

この度の搾り機の入れ替えは既設機械の老朽化と「無浸漬」による新型豆乳プラントの導入に伴い、高濃度の豆乳生産に対して連続的に安定的に搾ることが出来るものを探していました。ヤナギヤさんのツインマイスターでは歩留まりも上がると聞いていましたので、春にテスト的に１台導入しデータ取りを行い、その結果を見て３台追加しました。

当初は「ブレずに安定生産できるもの」をと思っていたのですが、データを見ると歩留まりが５～６％上がっていることに驚きました。当組合では現在、日産100 ～ 120俵の生産能力にて、豆腐・油揚げ・胡麻豆腐など５０数種類の商品を製造していますが、これは毎日５～６俵の大豆が削減出来るということで、年間にすれば大きな金額になります。

また、おからの水分率も今は６８～６９％となり、約７％下がりましたので乾燥コストも下がりました。

現在、フル稼働で長いもので20時間の長時間運転をしていますが、濃くなった豆乳濃度にも目詰まりもなく安定的に生産が出来ています。

「きゅういちあん」社名の由来

九一庵食品協業組合の「九一庵」のネーミングは、長崎を始めとする九州のみなさまに、おいしい豆腐を味わっていただきたいという思いを込めて九州で一番のおいしい豆腐をつくるところ（会社）を社名にしました。

味はもちろん、素材、水、設備、そしてそこで働く人たちと全ておいて、九州で一番、そして九州にある全国で一番おいしい豆腐をつくる会社にしたい、というビジョンが込められています。

今年４月１０日に新発売！
「濃くコク豆腐」

＜２Ｆに設置されている2号機、3号機＞

＜１Ｆに設置されている１号機　おからの排出方法にも一工夫！＞

理事・工場長
東　好幸氏のコメント

長く使ってきた以前の「絞り機」と比較して不自由さは感じてません。操作性も良いですし、高濃度も問題なく良く搾ります。ツインマイスターに入れ替えてからは安定した搾りが出来ていますので現場は助かっています。

また、通常運転から洗浄運転への「モード切り替え」において、循環ポンプモーターの回転数を変更し水量調整することなど、追加の希望にも対応して頂きました。

また、分離したおからが板状に出てくるわけですが、「生おから」で販売するためには小さくする必要がありますので、大したことではないのですがここの手間は逆に少しコストがかかるようになりました。反面、おから搬送フィーダでの吹き上げは板状のほうがよくなったというメリットもあります。

今は営業担当の縄田さんに板状のおからがフィーダの入口をふさがない様に治具を考えてもらってテスト中であり、またメンテナンスも良くやって頂いていますので満足しています。

【取材のあとで・・・】

「お鍋にぴったりとろふわ豆腐」、「スプーンですくうサラダのふわふわ豆腐」、「ぶっかけ豆腐めし」など、ネーミングもユニークな九一庵さんの商品群です。

中でも新商品「濃くコク豆腐」はネーミングの如く、16度の濃い豆乳から出来た充填豆腐で、その味は豆の味が活き活きして、食感はまるでカスタードプリンのようでした。

一緒に食した妻曰く、「これはデザート！」と絶賛していました。

なるほど、女性の感覚は冷たいお豆腐にチョコレートやキャラメル味のソース、またブルーベリーやキーウィなどのフルーツソースで食することを想像するんですね！

ちなみに、私の1番おすすめは「わさび醤油」です。

2012リサイクル中古機械フェア

1ヶ月限りの感謝セール！

開催期間
11月1日 ➡ 11月30日

●全機種完全分解整備による消耗部品交換を行ないます。
●塗装仕様品は全塗装、SUS仕様品は研磨致します。
●仕様の変更はお客様のご希望に可能な限りお応え致します。

■ボールカッターBC150

目玉超商品

1500万円

(注) ■掲載写真は実際の販売機械とは異なります。
■納期、その他ご要望につきましてはご相談下さい。出来る限りお応え致します。
■表示価格には運送料、梱包費、試運転費、消費税は含まれていません。
■仕様変更につきましては別途お見積もりいたします。**その他、ご不明な点はお問い合せ下さい。**

■天ぷら型成機
●新品同様

380万円

能力：500kg/H
ホッパー容量：35L
ベルト幅：450mm
全動力：1.95kw

■型成ポンプ
●新品同様

250万円

能力：300kg/H
ホッパー容量：40L
※モーノポンプ式
全動力：2.25kw

■ブロックカッターCBM250L
（BC250、BC150兼用）

198万円

新品部品
●モーター
●電装品

＊ナイフ研磨

■マルチフォーマー KKM100 ●新品同様
（型２面付き）
350万円

能力：80個/分
（１列出し）
（型ロール２分割）
全動力：0.95kw

（竹内食品機械製）
■フードミキサー MD−20
●新品同様 30万円

＊ミキサー羽根（１軸）

■魚肉採取機SY100
100万円

売約済

（高見製）
■スリ身削り機
50万円

■傾倒式擂潰機RL220-L
（左操作） 444万円
＊注）写真はRL220（右操作）

■RS220
275万円

■RS130
165万円

売約済

■RS90
155万円

新品部品
●モーター●プーリーカバー●電装品●ワッパー●三又●杵先

■豆乳搾り機 ツインマイスターJr.
目玉超商品

230万円

特別企画

ツインマイスター入れ替え下取りフェア開催中！

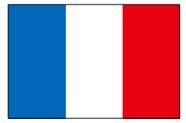
★好評につき期間延長しました〜12月末まで実施〜

ツインマイスター入れ替え引き取り価格
80万円

他社機械入れ替え引き取り価格
30万円

(注) ■対象機種は「ツインマイスター（新･旧型）」のみです。エコノマイスター、ツインマイスターJr.は対象外です。
■他社機械の引き取り価格につきましては、ツインマイスターへの入れ替え時のみ30万円となります。
■その他、ご不明な点はお問い合せ下さい。

スペイン



フランス

9月10日の夕刻パリ到着、翌日のスペイン・ビーゴへの移動から12日間にわたる我々の顧客訪問ツアーがスタートしました。

ビーゴは大西洋に面し、ビーゴ湾に沿って広がる港湾都市で、スペイン最大の漁港があります。この地ではカニカマ、イミテーションベビーイールが大規模に生産されおり、先ずはこの業界でスペインNo.1の地位を築いているメーカーを訪問しました。

スペインでは従来フローズンのカニカマが主流でしたが、昨今チルド製品に生産の中心がシフトしており、チルド製品では昨対27％の伸びとのことです。同社ではフローズン60％に対しチルドが40％の生産割合とのことですが、利益率は勿論チルドの方が良く、今後さらにチルド製品に力を入れていくとのことでした。

翌日フランスとの国境に近いサンセバスチャンという町に移動しました。サンセバスチャンはスペイン北東部の港湾都市で、漁業も盛んな地域です。また、その位置するバスク州は1936年のスペイン内戦によって分断され、バスク民族主義者が弾圧された歴史があり、民族間で未だに紛争が起こる地域でもあります。

ここではスペイン第２位のメーカーを訪問しました。同社では主に高品質、高価格なカニカマ、イミテーションベビーイールを生産されておりますが、両社の間で、ある程度市場の棲み分けがされているようです。EU危機によりスペイン経済も大打撃を受け、失業率も約25％、特に若年層においては50％近いとのことで、両社も苦しい時期であるかもしれませんが、切磋琢磨され苦境を脱していただければと思います。

その後、フランスへはスペインとの国境の町ビアリッツからフランス高速鉄道TGVでポワチエまでの移動となりました。

あるカニカマメーカーのお話しによれば、フランス人にとってはカニカマという概念のようなものは無く、カニカマ製品がSURIMI（スリミ）と名付けられてるように、魚類の１種的にカニカマを食べる習慣になってるとのことで、日本風の新製品も紹介させていただきましたが、そのような製品の販売には新しい製品コンセプトを改めて創造する必要があるとのことでした。

しかし、コンセプトは別にして、フランス市場ではフローズンからチルドへの移行がほぼ終わっており、もう１社の訪問先もチルド製品への生産シフトが進んでいるとのことで、我々の提案し続けている日本風のおいしいカニカマが市場に広がる日も近いのではと期待しております。

スペインユーザー工場にて

スペインユーザーにて代理店を交えての合同ミーティング

フランスビアリッツ駅にて（小山専務と）

左はパリ事務所の島村所長

フランスのカフェにて

フランスユーザーと

↑本物のウナギの稚魚料理

←「ウナギの稚魚風商品」

大ヒット商品「ウナギの稚魚風」

番外編　耳より情報！

スペインではメーカー２社が製造しているウナギの稚魚風商品が大ヒット中。スリ身から作るので日本から言えば「ウナギの稚魚カマ！」。スペインではウナギの稚魚をオリーブオイルで炒めて食べる習慣がありますが、今や超価格高騰で本物の稚魚はほとんど食べられなくなった背景から「稚魚風商品」は大ヒットです。日本で言えば「うなぎの蒲焼」といったところで、今のうなぎ価格高騰時代にはスリ身やお豆腐で「うなぎの蒲焼風かまぼこ」作ってみませんか！お手伝いしますョ!!（広報担当者からの勝手なご提案でした）

カニカマ市場の“風を感じて”「ヨーロッパ４カ国１２日間の旅」

ヨーロッパカニカマ市場の現状を調査するため、柳屋社長を始め、小山専務、国際部谷村部長の３人が、４ヶ国、８社を訪問致しました。この度の最大の目的は各メーカーの風を肌で感じることであり、ハードスケジュールの中、各国の主要カニカマメーカーとのディスカッションが行われ、トップセールスによるプレゼンが行われました。

円高や欧州危機による経済状況は変わりありませんが、ヤナギヤの練り・カニカマ技術、メンテナンス力などに加え、スピード力、行動力をＰＲして参りました。

今回のワールドニュースは各国のレポートを同行した国際部長の谷村がお伝えいたします。

リトアニア

世界最大のカニカマ工場へ

リトアニアユーザー社長のご案内で工場見学

一旦パリへ移動し、その後コペンハーゲン空港経由で空路リトアニアのパランガ空港へ移動しました。我々の宿泊したホテルはクライペダという町にあり、ロシア・東欧への輸出の際はいつもここが仕向け地となります。ここから車で１時間ほど走ったプルンゲという町に世界最大のカニカマ製造メーカーがあります。訪問当日は日の丸を掲揚しての歓待を受けました。

同社では年間約８万トンのカニカマ類を生産し、ＥＵ不況にもかかわらず売り上げを年々伸ばしているメーカーですが、常に新製品発掘、開発に大変意欲的で、その商品のバラエティーの多さには驚かされます。

当社からも色々と新製品を紹介、提案させていただきましたが、我々の技術力、新製品開発力、アフターメンテの対応等々、高く評価していただいており、今後更なる密な協力関係を築こうではないかと両社の社長同士、意気投合のうちにミーティングを終わらせることができました。

ホテルから見たクライペダの港

トップ同士で意気投合！

コペンハーゲンのスタバで一服！

さぁ次ぎはロシアだー！

サンクトペテルブルグにて

ロシアユーザー社長と（左はモスクワの協力会社JTS岩本氏）

ロシア

ロシア入国の際は一昔前の入国手続きの煩雑さ、又、長い時間待たされるなどがトラウマになってるせいか、若干緊張感を持っての入国となりましたが、我々が訪問したサンクトペテルブルグは観光の町、またロシアの空港施設の近代化もあるせいか、とてもスムーズに入国することができました。

ここにはエルミタージュ美術館など大ロシア帝国の面影をうかがわせる観光スポットも多く、一度は訪問する価値のある町だと思います。しかし、サンクトは観光客を狙ったスリなどの犯罪も多いらしく、我々も観光シーズン終盤の訪問ではありましたが、町を歩く時は周囲を見回しながら歩くような状況でした。

サンクトでは３社のカニカマメーカーを訪問しましたが、どこも上手にメンテナンスされ機械を使われており、驚くべきことに弊社がちょうど30年前に納入した旧スティールベルト式焙焼機ラインが今もなお毎日稼働しておりました。

ロシアの町では日本車の中古を度々見かけますが、故障しても適当なパーツを現地で見つけて修理してるようで、カニ蒲鉾製造ラインも同様、適当なパーツを見つけてメンテナンスされてるようです。このあたりは物の無かったソビエト連邦時代の知恵が引き継がれてるのではと思います。

ロシアの男性の平均寿命は約60歳と聞きます。これは長い間ウオッカを多飲されたり、ロシア料理自体塩辛いものが多いせいではと思いますが、健康的な食品としてのカニカマの認知度は益々上がっており、今後の市場の広がりが楽しみです。

ロシアメーカー社長と

ロシア人は“SUSHI”が大好き！
「寿し盛り合わせ」これで1800ルーブル、
日本円で約5000円なり!!

ロシアで流行している
日本食レストラン「TOKIO（*ロシア語ではTOKUO）」

ロシア風角ピザも！

サンクトのネバ河にて

出張を終えての感想

国際部　部長　谷村俊文

今回初めて弊社社長へＥＵ／ロシア方面への出張に同行していただきましたが、その客先へ与えるインパクトの強さを感じましたし、機会があれば再度同行をお願いしたいところです。何より社長のトークの迫力、説得力に私も得るものが多く、今回の教えをこれからの営業活動に活かしていかなければと思います。

part 11

全国「柳屋さん」探し!

創業から4世紀、日本の老舗企業。

日本橋 化粧品の「柳屋本店」さん

特別企画　トップ対談

「柳屋あんず油」の顔、木野園子さん

＜企業情報＞

日本で一番歴史の長い化粧品会社

昨年度に引き続き、「柳屋あんず油」のイメージキャラクターに、モデルとして活躍中の木野園子さんを起用。2008年から「柳屋　あんず油」ブランドの商品を販売し、2009年、2010年と2年連続で＠cosmeベストコスメ大賞を受賞。

●創業1615 年(元和元年)
●設立1948年(昭和23年)5月18日
●資本金2 億円　●従業員数63 名(2012年1月現在)
●事業内容:頭髪化粧品、スキンケア化粧品などの製造
●本社〒103-0002 東京都中央区日本橋馬喰町1-10-6 プレクシードビル
TEL：03-3808-2727(代)/FAX：03-3808-2716

株式会社柳屋本店
代表取締役社長兼CEO　外池 榮一郎氏

×

株式会社ヤナギヤ
代表取締役社長　柳屋 芳雄

＜創業と社名の由来について＞

戦国末期から、江戸時代の初期、徳川家康の侍医をしていたのが、業祖であり明国の漢方医の呂一官。この先生は薬学や唐土事情に通じているため、顧問としても家康に重用されており、元和元年(1615年)に江戸日本橋に土地を拝領。当所で商いをはじめたのが柳屋の創業となっております。そして当時、医療に使った紅を化粧用につくり、白粉、練油、香油、食用紅と共に売り広めたのが柳屋の初まりです。

徳川の大奥や御台所へ、商品を納めていたと伝わっております。

最初は「柳條繁廣」と号しておりました。「柳條繁廣」とは、商人は柳のごとく常に頭を低くし、幾多の苦行にも挫折することなく商売繁昌を祈念して命名されたものです。また、その頃は紅をつくっていたため、「紅屋」とも呼ばれておりました。

「柳屋」の屋号については諸説あるようですが、一つの説には「柳條繁廣」の一字をとって「柳屋」とした説。また二つ目には「柳清香」という髪付け油が大ヒットし、紅屋が柳屋になったのはこの「柳清香」の「柳」の字を取ったのだとか、三つ目には「店が柳の大木の根元にあったから」だとか説はいろいろございます。

1804(文化元)年に近江商人である外池宇兵衛正西が養子となり、自らは「柳屋五郎三郎」と称し、この屋号と営業の一切を譲り受け、今日に至っております。

継承されるべきものを大事にしつつ、時代の流れと共に新しい化粧品をつくり続けております。

①瓊姿(けいし)香油　②当時の新聞広告　③柳清香油

①モダンなデザインのボトルに収められた『瓊姿(けいし)香』。柳屋本店のロゴも入っています。
②大正元年となる1912年に掲載された、『柳清香油』と『瓊姿香油』の新聞広告。赤毛や薄毛、縮毛に悩む女性に向け、『香りの良い柳清香由けいし香油を御油断なく御用ひ遊ばせ』というコピーが記されています。
←ロゴは上部中央に描かれています。当時は店名・商品名と共に柳屋五郎三郎の名が記されています。

＜柳屋トレードマーク(源氏マーク)の由来＞

王朝時代の貴族の遊びに「香合せ」というものがあります。これは五種の香をたき、その順序と組み合わせを符号で表現するという優美な遊びで、全部で五十二通りがあります。それらひとつひとつには、源氏物語五十四帖の名が符され、源氏香といわれています。当社のマークは、1910(明治43)年に源氏香之図の「花散里(はなちるさと)」を図案化し商標登録を行ったもので、この登録番号369号は現存日本最古の登録商標となっています。

美しい香りを追求する化粧品メーカーにふさわしいマークであると同時に、当社の歴史と信用を象徴するものでもあります。

柳屋本店ロゴ

日本最古の登録商標

＜老舗として変化する難しさについて＞

私が入社したのは平成２年です。その時の会社のイメージは「ポマードの柳屋」でした。この業界は継がせることが難しいと言われていますが、私の場合は大学の時から商品開発に携わっていまして、父親からも「お前が考えたのだからお前が売って来い」ということで、入社を促された。という感じです。たまたまその時に私が開発に携った「ドライシリーズ」という商品がヒットして業績も上がりました。しかし、ポマードやヘアクリームのようなロングセラー商品は店頭から外されませんが、新商品は売れなくなると直ぐにカットされてしまうのがこの業界の難しさです。

社長を継いだ時には業績が悪く、本心として継ぐことに戸惑いはありましたが、歴史ある会社ですので「自分の代でバトンを落とさない事」だけを考えました。

業務展開としては、当時は「椿油」がロングセラー商品としてありましたが、若い人からは臭いやベタベタ感がダメ！という声がありましたので、同じオイルでも、椿油の欠点を補いつつも、使用感に優れる「あんず」商品開発を行って参りました。ブランド名もパナソニックのように若い人向けには「PREXCEEDプレクシード」、ロングセラー商品には「柳屋本店」「YANAGIYA」ブランドとし区別して販売してきましたが、現状としては「あんず油」のように「柳屋本店」ブランドでも今は若い人からの支持もあり、あまり関係はないのかとも思っています。

＜新製品開発について＞

2008年には新発売したヘアオイル「柳屋あんず油」が、コスメ情報専門ポータルサイト「@cosme」による「2010年@cosmeベストコスメ大賞」において、2009年に引き続き、「ヘアケア部門2年連続第1位」を受賞致しました。対象アイテム数約57,613品、対象クチコミ数約815,479件もの中から「@cosme」メンバーに最もユーザー支持を集めたアイテムということで、大変嬉しく思います。

2010年11月末では、前期比410.3％を記録しました。

大ヒット商品「あんず油」に加え、「あんず油　髪つやつやスプレー」、薬用育毛フレッシュトニック「柑橘EX」などが2012秋季新製品としてデビュー！

「プレミアム椿ちゃん」の顔、石川梨華さん

秋の新商品「髪しっとり美容化粧水」

また、2004年には椿系洗い流さないヘアトリートメントとして「椿ちゃんの髪しっとり保湿クリーム」が大ヒットしたため、シリーズ化すると共に今年の春には、更に5種類の天然椿油をブレンドした「プレミアム椿ちゃん」を新発売いたしました。

発売にあたり、20代・30代の女性マーケット向けの宣伝・販促活動のため、テレビ、舞台・歌手など多方面で活躍中の元モーニング娘。「石川梨華(いしかわりか)」さんとイメージキャラクター契約を結び活性化を図っております。

＜情報キャッチ力と開発スピード力＞

今までは情報は企業側から発信していましたが、今では市場や生活者の声を、如何に早くキャッチし開発力・企画力のスピード力を上げるかです。生活者の声として「クチコミサイト」がその典型的な例です。今日は良い情報を発信していても、対応が悪ければ直ぐにその逆もおこる時代です。そのために生活者の声のチェックは欠かせません。また、私は社長室だけではなく企画業務推進室(商品企画セクション)にも席を置いています。全ては市場・生活者・社員からの情報を早く得、商品化への対応スピードを上げるためです。

＜大学生との取り組み＞

今年の6月20日から明治大学商学部と柳屋本店による産学連携プロジェクト「柳屋広報 明治大学支局」を同大学商学部内に設立しました。

これは新しい広報戦略・コミュニケーション手法を研究、実践することを目的とするもので、ＴＶ離れ・新聞離れなどマスメディアとの接触時間を減らしている学生に対して、どのように商品・サービスの認知促進をするかは、マーケティングの分野からみても、昨今の企業の課題とされております。

今回の産学連携プロジェクトでは、広報の観点から、学生と企業のコミュニケーションを研究し、新しい時代に即した、広報活動を見出すことを目的としております。

今後の広報・宣伝をはじめとするコミュニケーションの分野において、重要な研究となると考えられます。

メンバーは、明治大学商学部小川智由ゼミナール16人で構成されており、学生支局のメンバーは柳屋本店の広報を実際の研究の場とし、18歳～22歳の学生に対し、同社の20～30代向けヘアオイル「柳屋あんず油」の広報活動を実際に展開して頂いています。その中で、対象者である学生の認知に至るまでの過程や、学生の活動・行動を分析し、新しいコミュニケーションを考え実践していくことが、新しい年齢層の市場への、広報施策となると考えております。

Since1615～

江戸時代の店舗を描いたもの。女性を中心として、ひっきりなしに客が訪れている様子がわかります。

源氏香とは香道で使われる組香の一つで江戸時代に考案され、その成立は享保年間まで遡れるといわれています。
組香は基本的には、何種類かの 違った香木を聞き(匂いをかぐ)当てる遊びです。源氏香では5種類の香木を５包ずつ合計25包を混ぜ合わせて、そこから無作為に抽出した5包を順に焚いて、香席に５回聞香炉が回されます。

香席の客は、香りを聞いたら、紙の上に右から順に縦線を引き、同じ香りと思うものは、縦線の上の部分を横線で繋ぎます。そして、5回香りを聞いた後にその図を、源氏物語の巻名に当てはめられた「源氏香之図」に 垂らし合わせて、巻名で答えて遊びます。この「源氏香之図」は、5本のタテ線とヨコ線の組み合わせが基本でつくられています。

このシンプルな造形である「源氏香之図」がデザインとして多いに注目を集めました。

源氏香の図は、縦と横の線が微妙に交差・結合した図形で、シンプルさの中にモダンな要素も持ち合わせています。 その芸術性の高さから、着物やその帯、重箱などの模様、家紋としてもよく使われ、器の文様、調度品の装飾などに取り入れられ、浮世絵、特に源氏絵と呼ばれるものに多く見受けられます。

現在でもその簡潔なデザイン性が好まれ菓子のパッケージ、包装紙のデザイン、ファッション小物、インテリア＆建築などに多く利用されています。

二色板付型成機 NEW
KPSA200

ラセン下駆動方式で上部スッキリ！
残り身も最小限に！

2012ジャパン・インターナショナル・シーフードショーでDEBUT！
カマピー＆チックルも来てくれました！

■KPSA200の特長

◆残り身の削減

●ポンプ内及び配管の容積を小さくし、残り身が少なくなりました。

◆操作性の向上

●ホッパー内のラセンを下駆動方式としたことにより、ホッパー上部の構造物がなくなり原料供給が楽になりました。

●板送り爪駆動を空圧シリンダーとしたことにより、板送りの調整が簡単になりました。（＊オプションで、本体内部に板送りエアー用コンプレッサーが内蔵できます。）

●ポンプとラセンの駆動を別駆動とし、各変速（ポンプ、ラセン、板送りロール）は、シートキーで簡単に調整出来ます。
（＊ラセンの個別変速はオプションとなります。）

●周波数をデジタル表示していますので商品別設定が簡単です。

◆洗浄性・サニタリー性の向上

●フレーム・ポンプケースなどすべてステンレス製にしました。

●本体フレームを一体構造とし、凸凹や継ぎ目を少なくしたことにより、洗浄性が向上しました。

●本体下面を高くしましたので、機械下の床洗浄も簡単に行なえます。

◆メンテナンス性の向上

●日々のメンテナンスは、軸受・チェーンのグリスアップのみです。

●構造の簡略化により、修理部品の削減・修理時間も短縮されます。

型　式	能　力	モーター	重　量	機械寸法　間口×奥行×高さ
KPSA200	150kg／h	1.2kw	350kg	1540×700×1540mm （ホッパーまでの高さ1380mm）

＊基準能力は原料や口金形状により異なる場合があります。

【今月の表紙】　「海の中はモンスターでいっぱい」

今月の表紙はカンブリア紀の水中がリアルに描かれた作品「海の中はモンスターでいっぱい」です。水中生物の頂点に立っていたのは「アノマロカリス」。カンブリア宮殿のイメージキャラクターでもあり、作者は日本産業広告賞グランプリ・日経広告環境を受賞されている「月本佳代美さん」です。イラスト・映像3Dモデル制作者で武蔵野美術大学造形学部油絵学科を卒業され、科学雑誌出版社に勤務後独立。NHK スペシャル「地球大進化」や「Newton」のイラストを制作、NHK スペシャル「病の起源」「恐竜絶滅ほ乳類の戦い」等のCG モデル制作、NHK「ダーウィンが来た！～生き物新伝説～」オープニングイラストをはじめ、主にサイエンス系メディアを中心にイラストやCG モデルを制作され活躍されています。
ホームページhttp://www.tukimoto.com/

Innovation & Communication Yanagiya
http://www.ube-yanagiya.co.jp

株式会社ヤナギヤ

本社／工場　山口県宇部市善和189-18　〒759-0134
TEL(0836)62-1661(代)　FAX(0836)62-1611
横浜支店　横浜市鶴見区鶴見中央2丁目15-1　〒230-0051
TEL(045)511-1492(代)　FAX(045)502-1248
大阪支店　大阪府門真市桑才新町31-8　〒571-0043
TEL(06)6908-4475(代)　FAX(06)6909-4880
仙台営業所　仙台市宮城野区出花1丁目4-13　〒983-0012
TEL(022)254-2888(代)　FAX(022)254-2889

ヤナギヤニュース willow 2012年10月号 vol.74
編集発行日：2012.10.25
編集発行元：株式会社ヤナギヤ経営企画部