

2017年1月17日(火曜日)の朝日新聞に パン・アキモトについて紹介されました!

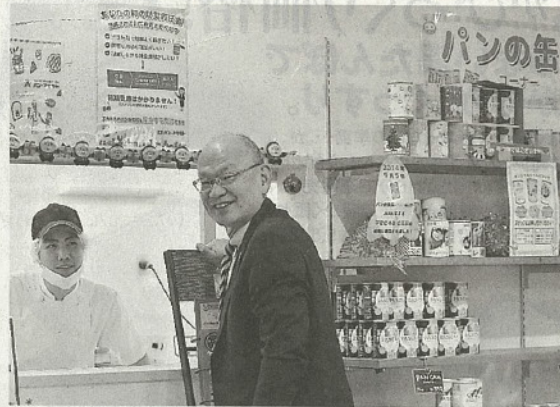


パンの缶詰 人々救い21年

那須塩原の「パン・アキモト」

阪神大震災きっかけに開発

阪神・淡路大震災をきっかけに開発された、ふっくらした食感のまま3年間備蓄できる「パンの缶詰」。震災翌年の販売から21年のロングセラーになり、来月にアメリカでの製造・テスト販売が始まる。被災地や貧困地域を助け、スペースシャトルで若田光一さんと宇宙飛行もした、特別なパン。とっておきの技術と販売システムが海を渡る。



2015年にはベトナム・ダナンに出店。現地から研修生(左)を受け入れ、住居と給与を提供しながらパン作りを教えているという＝那須塩原市東小屋

田園風景に溶け込む「パン・アキモト」(那須塩原市東小屋)には香ばしい香りの焼きたてパンがならび、毎日多くの地元客でぎわっている。今年12月で創業70周年、パンを愛する約60人の従業員が働く。「パンの缶詰」はここで生まれた。

1995年1月17日。阪神大震災が発生すると、同社は約2千食のパンを被災地に送った。「パンがおいしいと好評だ」という報告が届いたが、数日後には「賞味期限までに食べきれず、半分以上廃棄した」。

水分を含んだパンは、雑菌が繁殖しやすく長期保存に向かない。おいしさと保存性を両立させるため、秋元義彦社長(63)を先頭に、工場では連日試作が続いた。最初は真空パックを試したが、完成品を開封すると、パンは元のふわふわに

は戻らなかった。パンのふっくらした柔らかさはどうしても譲れなかった。そこで、秋元社長が考えたのが缶詰の利用。缶の中は吸湿性のある特殊な紙を敷き、缶ごとオーブンで焼く。缶もパンも同時に殺菌され、3年の保存が可能になった。販売にこぎつけた時には、試作開始から約1年が経っていた。

米国で来月、製造販売

販売当初はあまり売れなかったが、2004年の新潟県中越地震が転機になった。月間数千缶の売り上げだった「パンの缶詰」は、1日5千缶を生産しても、4カ月待ち状態に。現在は年間約200万缶を売っている。保存食の見本として09年には宇宙飛行士の若田光一さんがデイスカパリーに乗せ、宇宙へ。知人の紹介で秋元社長がオバマ米大統領の朝食会に招かれた時は、大統領のキャッチフレーズと缶(CAN)をかけて、「Yes We Can」とラベルに印刷した缶詰をプレゼントした。

秋元社長は「賞味期限約3年の「パンの缶詰」を、防災グッズとして購入した学校や法人などが備蓄。2年後、使わなかった缶詰を「パン・アキモト」が回収し、NGOなどを通じて世界の被災地や貧困地域に義援品として届けられる。今回の備蓄分を購入すると、回収1缶ごとに税抜き102円が割り引かれる。災害に備えながらCSR(企業の社会貢献)活動ができることあって、複数の大手企業や大学、一般家庭などで備蓄されている。「パンの缶詰」の売り上げは年間約200万缶、うち「救世軍プロジェクト」向けは約30万缶

「仕組み」を考えるのが、続ける秘訣だ」と秋元社長は話す。時間を見つけては支援先に足を運ぶ。自分の目で現状を確かめる姿勢は学生時代と変わらな

2代目の秋元義彦社長



「片目で半徑10⁺の地元を、もう片目で世界を見ていたい」。那須塩原の小さなパン屋は、毎日少しずつ、だが着実に、世界中から飢えや苦しみを取り除いている。活動を支えるのは、秋元社長の慈愛と覚悟、そして経営センスだ。

「パン・アキモト」2代目の秋元義彦社長は1953年5月生まれ。創業者である父の代からクリスチャンだ。大学時代、尊敬する宣教師の影響で米国からアジアに至るまで各地を旅し、自らの目で世界を見た。インドやパングラデンシュでは、業や学校などの大口顧客に、定期的に商品を買ってもらえるシステムでもある。「利益を出せ

世界を旅し飢え目の当たり

では、売れ残りを捨てざるを得ない現実がある。「今思えば、当時の経験もヒントになっているかもしれない」

中小企業が慈善活動続けるのは、並大抵のことではない。「救世軍プロジェクト」は、企業や学校などの大口顧客に、定期的に商品を買ってもらえるシステムでもある。「利益を出せ

「パン・アキモト」の新たな一歩がまた、始まる。(黒木詩帆)

2月からは、米・サンフランシスコのパン店に委託した「パンの缶詰」の現地製造、テスト販売が始まる。ゆくゆくは米国にも「救世軍プロジェクト」を導入したい考えだ。