

# 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。

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

「片目で半徑10<sup>4</sup>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。

### 2代目の秋元義彦社長



「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

「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。

「パンの缶詰」の開発は、阪神大震災をきっかけに始まった。国内の被災地だけでなく、ハイチ地震やスマトラ沖地震の被災地、シンパブエやコンゴなどの貧困地域などへの支援実績を積み上げてきた。

世界を旅し飢え目の当たりでは、売れ残りを捨て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