2017年　CABIN91に

パンの缶詰について紹介されました!

CABIN 91 キャビン91号
2017年6月30日発行　株式会社アイチコーポレーション 経営企画部 広報課 編集　〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10
※本誌掲載の写真、イラスト、記事の無断転載・複製はご遠慮ください。

本社	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)1111(代)
営業企画部	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)2672(代)
ライフサイクルサポート部	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)3715(代)
北日本支店	〒983-0035 宮城県仙台市宮城野区日の出町3-4-8	022(236)0421(代)
北日本支店北海道	〒063-0834 北海道札幌市西区発寒十四条4-2-70	011(665)1301(代)
関東支店	〒338-0014 埼玉県さいたま市中央区上峰1-15-4	048(852)1104(代)
中部支店	〒459-8001 愛知県名古屋市緑区大高町丸の内70-1	052(621)5112(代)
中部支店北陸	〒930-0177 富山県富山市婦二俣354	076(434)2181(代)
関西支店	〒532-0027 大阪府大阪市淀川区田川3-9-56	06(6307)4567(代)
中西国支店	〒739-0151 広島県東広島市八本松町原10852-57	082(429)2011(代)
中国支店四国	〒769-0102 香川県高松市国分寺町国分59-7	087(874)0808(代)
九州支店	〒811-2207 福岡県粕屋郡志免町南里2-26-1	092(936)5353(代)
サテライト沖縄	〒900-0014 沖縄県那覇市松尾2-17-29ケンコート玉那覇6-G	098(867)7337(代)

国内関連会社
(株)アイチ研修センター 〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10　048(725)4441(代)

株式会社アイチコーポレーション

http://www.aichi-corp.co.jp/

CABIN 91
快適現場創造マガジン

AICHI

◎特集インタビュー
社会貢献がビジネスを育てる
「パンの缶詰」がビジネスを生み社会を変える！

◎作業改善レポート
株式会社 SYSKEN 様

◎テクノレポート
狭小な現場で威力発揮！
2tシャシー高所作業車
「スカイマスターSN13A1FS」
株式会社 トーエネック 様

高所作業車上を移動する際の転落を防止！
「アシストレール」
株式会社 ユアテック 様

◎私の通信簿
株式会社 光和電設
代表取締役　荒 明 様
(宮城県亘理郡)

◎災害シミュレーション
高所作業車の作業中に発生した、
はさまれ・巻き込まれ事故

救缶鳥 プロジェクト
世界にパンを届けよう。
秋元義彦氏
株式会社パン・アキモト 代表取締役

INTERVIEW インタビュー

社会貢献がビジネスを育てる

「パンの缶詰」が ビジネスを生み社会を変える！

秋元 義彦（あきもと よしひこ）氏　株式会社パン・アキモト 代表取締役

70年前に生まれた栃木県那須塩原市の小さなパン屋が「パンの缶詰」という、地震大国日本には欠かせない災害備蓄食料を誕生させました。さらに、それを発展させるかたちで社会貢献を上手にビジネスとつなげた“救缶鳥プロジェクト”を推進し、今、注目を浴びています。
創業者から続くボランティア精神を見事ビジネスとして開花させた2代目社長の秋元義彦氏に、ニッチに特化した、小さな企業でもできるCSR（企業の社会貢献）について伺いました。

町の小さなパン屋さんが生んだ地震国の必需品

熊本地震の際に支援してくれたお礼に、くまモンが御社を訪れたそうですね。

熊本から人気者のくまモンがはるばるやって来てくれて、社員一同大喜びでした（笑）。私たちは震災直後から「パンの缶詰」を避難所に送り続け、総量は2万食を超えました。社員たちが自ら運転して栃木県から熊本県まで運び、現地で多数の被災者の方に喜んでいただき、感激もひとしおでしたね。ただ、この2万食の「パンの缶詰」はわが社が無償で提供したものではなくて、“救缶鳥プロジェクト”という、世界中の困っている国や地域へ「パンの缶詰」を送る義援活動に皆さんが賛同し、ご協力いただいた結果の産物です。私どもはこれらの企業や学校の方々に、まず感謝しなければならないと思っています。

今年で創業70周年を迎える町のパン屋さんがなぜ、缶詰入りのパンを開発されたのか。まずはその経緯から教えていただけますか。

きっかけは1995年に起こった阪神・淡路大震災です。実はパン・アキモトを創業した私の父は熱心なクリスチャンで、「みんな困っているだろうから、神戸の教会に焼きたてのパンを送ろう」という話になりました。そこで2000食ほどのバターロールや食パンなどをトラックに積み込んで、その車を各地の教会関係者がリレー形式で運転して神戸まで届けました。しかし、そこまで苦労して運んだパンだったのですが、消費期限までに食べきれず、そのうちの約3割は廃棄せざるを得なくなったのです。

私は大学卒業後、2年間東京のパン店で修行して、それ以降はずっと父親の元でパン職人として働いてきました。自分たちが作ったパンがこれほどたくさん、一度に捨てられるという経験は私にとって初めてのことでした。一方で、被災地の方からは「おいしくて保存性のあるパンはできないのか？」という切実な声が耳に入っていました。これは、パン職人としては放っておけない。長期保存が可能で、焼きたてみたいにふっくらとした、誰もがおいしいと言ってくれるパンを作ろう、と研究を始めました。そして、1年半後にようやく「パンの缶詰」を発売することができました。

「世界にパンを届けよう」を合言葉にスタートした“救缶鳥プロジェクト”

とてもユニークな商品ですが、当初から注目されたのでしょうか。

「カンカンブレッド」と名付けて売り出したのですが、悲しいかな、最初は全く売れませんでした。通常のパンを卸していた、土産物屋さんなどにお願いして、無理に置かせてもらっていたくらいです。この風向きが大きく変わったのが、2004年に起こった新潟県中越地震でした。私自身、「パンの缶詰」を携えて現地に入りましたが、一部の自治体でも災害用に自分のところで備蓄していた「パンの缶詰」を放出して、支援に回していました。すると、ニュース映像で、避難所に山積みになったパン缶が嫌でも毎日目に入るようになったのです（苦笑）。実際、学校給食もパン缶、支援に入った関係者の昼ごはんもパン缶と、現地でパン・アキモトの「パンの缶詰」は必需品となっていました。お陰さまで、ここで「パンの缶詰」のおいしさや便利さ、有用性がメディアを通して全国に伝わり、一気に認知度が上がりましたね。

当時、わが社の生産能力は1日5000缶（1缶・1食分）くらいだったと思いますが、それからは注文が殺到して4～5カ月たたないと納品できない時期がしばらく続きました。そこで沖縄に工場を新設。現在もここ那須塩原の本社工場と沖縄にある工場の2カ所で「パンの缶詰」を製造しています。年間の生産量は300万缶を少し切るくらいでしょうか。今では通常のパン販売を大きく上回り、当社の売上高の7割を占める主力商品となっています。

那須塩原市民に広く親しまれている石窯パン工房「きらむぎ」

長期保存できてふわふわのパン 相反する2つのテーマを克服する

現在、「パンの缶詰」にはどんな種類があるのですか。

「おいしい備蓄食シリーズ」など、定番の商品が13種類。他にOEMで生産するものまで含めると、全部で25種類ほどあります。保存期間は最長のもので37カ月、約3年です。この3年という期限は缶の保証期間に合わせたもので、実際パン自体は3年以上、保存が利くものになっています。味はオレンジやストロベリーなど、甘めの菓子パン的な商品がメインです。今後の課題としては、少々期間は短くなりますが、カレーパンや惣菜パン的な、食事の代わりになるようなものも開発したいと考えています。最近は備蓄食料として購入されるお客さまだけでなく、缶のラベルを自由にデザインできることもあって、企業のノベルティとしてもよく活用されています。

ビジネスと社会貢献とを上手に組み合わせ、様々な取り組みを進める秋元社長

誕生までには大変なご苦労があったのではないでしょうか。

いや、それほど苦労したという感覚はありません。パンづくりはとても楽しいんですね。生地にもいろいろな工夫ができますし、トッピングする食材や形をちょっと変えるだけで、世界でたった1つしかないパンができ上がります。私は名刺に印刷してあるように、便宜上「代表取締役なんでも係」を自称していますが（笑）、実は"生涯、いちパン職人でいたい"というのが本音です。「パンの缶詰」も、店頭に並ぶ新商品を開発するくらいの気持ちで楽しく取り組めました。

ただ一つ、苦労した点を挙げるとすれば、備蓄に用いられる食品に、ふわふわ感やしっとり感といったパン特有の風味をどう出すか、ということでした。というのも、保存食として一般的な乾パンは、水分を極力取り除くことでカビや腐敗を防いでいるわけです。私たちが目指したものは、この乾パンの発想とは全く逆で、ふわふわ感やしっとり感を演出する水分を残したまま、しかも常温で長期保存できるパンです。ある意味、常識を覆すものでした。

そこで、缶詰に目を付けられた。

はい。当初はできたてのパンを真空パックで包装してみたり、一度冷凍したものを戻してみたりと、いろいろと試したのですが、期待する焼きたて感は全く得られませんでした。

そんな折、近くの缶詰工場を見学する機会がありまして、これだ！とひらめきました。パンの生地を缶詰に入れた直後に加熱すれば、パンの焼き上がりと殺菌が同時にこなせるのではないかと思ったのです。しかし、これもそう簡単には行きませんでした。缶ごと加熱すると、パンの生地に含まれる水分が缶の中で結露したり、缶にパンが付着したりして、きれいに焼き上がりません。最終的には、吸湿性と耐熱性のある特殊な紙でパン生地を包むことで、この問題を解決できました。

2009年には、宇宙飛行士の若田光一さんが国際宇宙ステーションに「パンの缶詰」を持参。その高い品質が実証されました。

翌年には山崎直子さんも評判を聞きつけ、宇宙へ持って行ってくださいました。若田さんが持ち込んだ時は、クルーの間で取り合いになるほどの人気だったと聞きましたから（笑）、その味や風味にも合格点をいただいたと思っております。何よりアメリカで最も厳しいと思われるアメリカ航空宇宙局（NASA）のチェックをクリアし、スペースシャトルに持ち込めたことが、私たちにとっては大きな自信となりました。

これはパン缶の話ではないのですが、パン・アキモトでは「コンロールプラン」という糖尿病の患者さん向けのパンを2011年に製品化して、販売させていただいております。今までもそんなパンはあるにはあったのですが、医療食で味は二の次。それを「おいしい！」と患者さんに喜んでもらえるように開発したのが「コンロールプラン」です。この医療食で、なおかつおいしい「コンロールプラン」の開発は、「乾パンのように保存性がありながら、ふわふわとしておいしいパン」という二律背反したテーマを克服した「パンの缶詰」の成功なくしてはあり得ませんでした。パン缶も「コンロールプラン」も、ニッチな市場ではあるのですが、パン・アキモトらしい、特色がよく出ている商品だと自負しています。

"救缶鳥プロジェクト"で社会貢献をビジネスへつなぐ

「パンの缶詰」の特性をうまく生かした"救缶鳥プロジェクト"について教えてください。

「パンの缶詰」は3年経過すると、ゴミとなって廃棄される運命です。こんな災害備蓄食料の賞味期限切れによる廃棄量は、全国17の都道府県や政令指定都市だけで過去5年で176万食にも上るという報道が昨年もありました。本当にもったいないですよね。備蓄食料ですから、食べられなければ、それはそれで何事もなかった証ではあるのですが。しかし、パン職人の私としても、作ったからには本当は誰かに食べてもらいたい。そんなモヤモヤっとした気分を抱いている時に、スマトラ沖地震の津波被災地であるスリランカで日本語学校を経営する知り合いから、「地震が起こったから、中古でもいいからパンを送ってくれ」という連絡が来ました。そこで「捨てられる前のものを集めて送ってあげればいい」と、ハタと気づいたのです。

海外に送るのは懇意にしているNGOに任せれば大丈夫です。問題は期限切れ前の「パンの缶詰」を誰がお客さまから回収するかということでした。小さな会社ですので、私たちには到底そんな余力はありません。そこで大手の宅配業者さんに相談して、荷物を届けた帰りの空になったトラック便を活用してパン缶を安く回収してくれないか、とお願いしたのです。最初は驚かれましたが、宅配業者さんとしても空で帰りのトラックを走らせるよりはよいですし、企業の社会貢献の一つとして、最後は快諾してくださいました。

「パンの缶詰」を防災グッズとして購入してくれたお客さまにはどんなアプローチをしたのですか。

「購入していただいたら、2年後を一つの目処に回収に伺いますので、ご協力を」と、お願いにあがりました。通常、"救缶鳥プロジェクト"として提供している「パンの缶詰」は1缶・2食分で価格が約800円なのですが、再購入の場合は102円引きで提供しています。災害に備えながら社会貢献ができるとあって、今は多くの企業や自治体、学校などにご協力いただいています。

"救缶鳥プロジェクト"は2009年から始動しています。現在「パンの缶詰」は年間200万缶ほど売り上げていますが、そのうち"救缶鳥プロジェクト"の対象となっているのは30万缶ほどです。これまで日本はもちろん、ハイチ地震やスマトラ沖地震の被災地をはじめ、ジンバブエやコンゴの貧困地域など、世界十数カ国への援助実績があります。将来的には8割のお客さまが8割の回収に応じていただけるとして、10万缶を販売し6.4万缶が戻ってくる。そんなレベルまで"救缶鳥プロジェクト"を発展させたいと考えています。そうすれば常にストックを抱えることができるので、より有効な義援活動が可能になります。

義援の"見える化"にも力を入れていらっしゃいますね。

はい。"救缶鳥プロジェクト"に協力していただいた企業や学校には、提供してもらったパン缶がどこに届けられ、どう活用されたか、NGOからパン・アキモトが写真も交えた報告を受け、それをホームページ上や定期的に発行する冊子の「救缶鳥ニュース」などで必ず皆さんにフィードバックするようにしています。そうすれば、企業ではこれを自社のホームページ上で紹介したりして、CSRの一つとしてPRできる利点もあります。一方、とある学校では、入学と同時に学生一人ひとりが備蓄用としてパン缶を購入。卒業を間近に控えた時期にそれを回収、支援に回すことで、「自分のやっていることが世の中の役に立っている」という実感を持ってもらう、社会貢献教育の良い機会となっているようです。これからも義援の"見える化"をさらに推し進めることで、"救缶鳥プロジェクト"に賛同してくれる人々や企業、学校を増やしていければと思っています。

"救缶鳥プロジェクト"はどんな企業でも社会貢献がしっかりできる。その見本となるような、うまく考えられたシステムですよね。

ありがとうございます。お陰さまで、"救缶鳥プロジェクト"は「防災備蓄と国際貢献をうまくリンクさせた」と高い評価をいただいています。私たちみたいな地方の小さな会社が社会貢献しようと思うと、コスト面など、難しい点が多々あります。それにも関わらず、私どもの"救缶鳥プロジェクト"が曲がりなりにも軌道に乗っている要因は、社会貢献一辺倒の姿勢ではなく、ビジネスセンスを応用して、問題解決に取り組んだ結果だと思います。

実は昨年、「アキモト・リマインダーサービス」という、災害備蓄用食料の賞味期限を通知するサービスを開発、提供を開始しました。これはわが社の製品だけでなく、他社製品も含め最大9つの備蓄食料を登録でき、それぞれ賞味期限の半年前になったらメールで通知するというものです。このサービスを活用していただければ、賞味期限切れで廃棄せざるを得ない備蓄食料が減りますし、うっかり忘れていてイザという時に役に立たない食料を抱えているということもなくなります。社会の困り事をビジネスセンスで解決し、社会貢献につなげる。これもその一例だと思っています。

慎重な作業が必要な充填工程（左）。シール貼り工程では製品の確認も行う（右）

PROFILE プロフィール

秋元 義彦　あきもと　よしひこ

栃木県那須塩原市にある「パン・アキモト」の代表取締役。
1953年同地生まれ。法政大学卒業後、東京・永福町にあるパン店で2年間の修行を積み、同社の前身である秋元ベーカリーに入社。1996年、阪神・淡路大震災での経験を基に、非常食として備蓄でき、しかも焼きたてのパンのようにおいしく食べられる「パンの缶詰」を開発・発売する。2009年より、「パンの缶詰」を賞味期限の1年前から回収し、世界の被災地や貧困地域に義援品として送る"救缶鳥プロジェクト"を推進。この町のパン屋のユニークな社会貢献活動は、多くのマスコミに取り上げられている。2017年1月には「パンの缶詰」のアメリカでの製造・販売が決定した。

世界へ拡がる
パン・アキモトのDNA

今年1月、アメリカへの本格的な進出を発表されました。

2月からサンフランシスコのパン店に委託した「パンの缶詰」の現地製造とテスト販売を始めています。米国食品医薬品局（FDA）の認可も近々取る予定です。また、個人や企業のボランティア意識が日本より高いアメリカですから、ゆくゆくは"救缶鳥プロジェクト"も導入したいと計画しています。

アメリカの家庭にはどこにも大きな冷蔵庫があり1週間分の食料を保存できるといった生活スタイルの違いもあり、アメリカ人は備蓄食料としての「パンの缶詰」に、日本ほど関心を示さないと考えています。しかし、キャンプなどのアウトドアを好む人たちが多いので、別の意味で需要は十分見込めるのではないでしょうか。リサーチを進めると、ハンティングをする人たちは熊に襲われる危険性があるため、匂いのする食料の持ち運びは極力しないという、おもしろい事実も見えてきました。その点でも、パン缶は受け入れられる素地がありそうです。何よりも、「缶に入ったパンなんか食べられるか！」と最初否定的だった人が、一度パン缶を口に運ぶと、誰もが「おいしい」とびっくりしてくれたことが励みとなっています。アメリカでも「パンの缶詰」の有用性を証明したいですね。

海外進出では、ベトナムにもパン店を出店されていますね。

はい。ダナンに『ゴチパン』というお店を2015年に出店しました。日本語の「ごちそうさま」から名付けられた店名で、こちらは普通のパン店です。実はこの店、創業者の父の想いを実現させたものなのです。というのも、父は戦争中、アジア各地を回った経験があり、ずっと自分なりの償いをしたいと思っていたんですね。実際40年前には、わが社でパンづくりの修行をした後、中古の機械を持ち帰り、地元で店をオープンできるように、アジアの国々からの研修生の受け入れを許可してくれるよう外務省や通産省（当時）と掛け合ったことがありました。当時は法律的に無理ということで、泣く泣く断念せざるを得ませんでしたが。

東日本大震災、熊本地震への支援を行い、現地からたくさんの感謝の声が寄せられている

今はこのような小さなパン屋でも実習生の受け入れが可能になりました。そこで、彼らが修行をして、「こんな店を持ちたい」という目標となるようなお店をダナンに作ったというわけです。現在わが社ではベトナムからやってきた3人の実習生が朝早くから一生懸命働いてくれています。「ゴチパン」みたいな目標が具体的に目の前にあれば、彼らのモチベーションも高くなります。近い将来、パン・アキモトのDNAを継いだパン屋がベトナムで繁盛してくれれば、うれしいですね。これも長い目で見れば、父の遺志を継いだ社会貢献の一つだと思って頑張っているところです。

社会貢献といえば、東日本大震災以来、東北支援も欠かさず続けていらっしゃいます。どんな支援をされているのですか。

私自身は月に1回は必ず、「パンの缶詰」やラスクを持って東北地方へ足を運ぶようにしています。現地へはフライヤーも持参して、揚げたてのドーナツやメンチカツを配り、仮設住宅や福祉施設の方々に喜んでもらっています。実は仮設住宅の台所はとても狭く、火事の心配もあるため、どの家でも揚げ物をしないようにしているのが現状です。そこでパン屋として何ができるか考えたところ、「ドーナツなら揚げたてを振舞える」と、震災直後から活動を始めました。また、お店としては、1月のうち「3」のつく日を食パンの耳にかけて、"パンの3.3（ミミ）プロジェクト"と称して、食パンをはじめとした対象商品を買うと売上げの3.3%を東北支援に回すキャンペーンも行っています。

実はここ那須塩原も、震度6弱を経験した東日本大震災の被災地です。あの日はわが社でも壁にヒビが入り、オープンもひっくり返りました。それでも2日後には仮設で電気を持ってきて、「パンの缶詰」の製造を再開しています。「阪神・淡路大震災の被災者の声から生まれた缶詰が、今こそ役立つ」と、社員総動員で頑張りました。この時の経験や、その後ずっと続けている東北支援は、社員にとってすばらしい"学び"になっています。社員のレポートを読むと、「人間がひと回りもふた回りも大きくなったなあ」と感動しますよ。経営者としても、「彼らをすばらしいパン職人に育てなくちゃいけない」と改めて思う、良いきっかけになっています。

PRESENT

おいしくてやわらかい防災備蓄パン「PANCAN」をプレゼント

特殊な製法でパンのおいしさとやわらかさをそのままに、長期保存を可能にした防災備蓄パンです。アンケートにご協力いただいた方の中から抽選で5名様に10缶セットをお送りします。

誰でも、どんな会社でもできる 社会貢献のイロハ

地方の小さな町のパン屋さんが始めた"救缶鳥プロジェクト"。
「社会貢献」というと、大上段に振りかぶってしまい行動に移せない企業も多い中、着実に世の中を変えるパン・アキモトの秋元社長に、どんな企業でも取り組める"社会貢献のイ・ロ・ハ"を教えてもらいました。

1 気配りと笑顔の延長線上にあるのが社会貢献

毎日パンを焼いていると、焦げたり、見かけが悪かったりと、不細工なパンがどうしても必ず混じります。お客さまは綺麗な見かけの良いパンから買っていきますから、残るのは不細工なパンばかり。しかし、それを買わざるを得ないお客さまもいます。そんなお客さまは「同じ値段なのに損したなあ」と思っていらっしゃるかもしれません。それをいやすのは、店員の細やかな気配りと笑顔しかありません。「最近いかがですか？」といった何気ない声かけや笑顔が、お客さまの気分を軽やかにする。社会貢献は大げさに考えるものではなく、この気配りの延長線上にあると私は思っています。日常のビジネス周りよりもう少し広いところで気配りをすれば、社会貢献は誰でもできるし、できることを発見できます。

2 「社会性」という魔法のふりかけをかける

"救缶鳥プロジェクト"にしても、"パンの3.3（ミミ）プロジェクト"にしても、「コンロールプラン」にしても、社会性のある取り組みだと思いませんか？ 私はこれを「社会性というふりかけをパンにかけているんだ」とよく冗談で言います（笑）。民間の会社ですから、利益を上げるのが最大の目的です。ただしそれだけではなくて、社会の特にハンディキャップのある方たち向けに、ちょっと優しいコンセプトで商品を開発したり、イベントを企画したりする。私は「本業の周辺で見返りを求めないお返し活動をする」というのですが、これをスポットではなく、継続的に行えば、業界でもコミュニティでも一目置かれる企業になれるのではないでしょうか。

3 パン屋でもできたのだから、気楽に始めてください

いくら立派な社会貢献をしても、それが自己満足に終わっていては意味がありません。それを世の中に積極的に発信して、本業につなげていく広報活動が大切です。その意味では、私たちのような小さな会社は広報にコストをかけることはできませんので、うまい具合に社会性をまぶした話題を提供して、マスコミの方から取材の声がかかるように気を使っています。私たちが極力メディアに出るようにしているのは、地方にある小さな町のパン屋でも社会貢献ができたのだから、誰だって、どんな会社だって、いろいろとできることはあるはずだと考えているからです。あまり難しく考えず、気楽に始めてほしいと思います。