

「北海道おはぎ よしかわ」は地下鉄東西線早稲田駅から徒歩5分、早稲田大学キャンパスにも近い場所に位置する



メイン商品のおはぎは「つぶあんおはぎ」「こしあんおはぎ」「きなこおはぎ」「ごまおはぎ」の4種類。いちご大福や桜餅などの季節限定品も店頭と並ぶ

和菓子は店の奥で注文を受けてから一つひとつ手作りする

20年間にわたる付き合いで売り上げのほぼ半分を占めていた大手スーパーから、卸値をさらに下げよう求められた。利益を圧縮して売り上げを立てるのは本末転倒でしかない。吉川社長は撤退を断念した。「取り引きをやめたのが4年前で、売り上げが激減しました。そこでそれまでは供給が間に合わないので取り引きを断って、いたお客様に営業をかけると、相当量の注文をいただいて逆に生産が間に合わなくなるほど。これだけ支持されているならオリジナルブランドで行けると手応えを感じました」

「北海道おはぎ よしかわ」では、看板商品であるおはぎが1個150円（税込）で売られている。業務用のOEM供給品の店頭価格と比べるとかなり高めた。「どうだろうかと心配しながら付けた値段ですが、今ではもっと高くてもよかったです。それでも利幅はOEMの3倍です」原材料の小豆、もち米、うるち米、砂糖はすべて北海道産で、小豆と米は農家との契約栽培だ。吉川社長の方針で「オール北海道」は以前から一貫して続けてきた。それがブランド価値創造にも寄与している。もう一つの特長は自家製の餡にある。浅い平釜で3時間近くかけて炊く。多くの和菓子が製菓業者から仕入れている中で、独自の製法で商品力を高めている。製菓業者にファミリレーシピを伝えても、同じ味は出ないのだという。

OEMの製品は砂川の工場で機械を使って1分間に40個以上のスピードで生産するが、東京の直営店では一つひとつが手作りで、米は店内で炊いて仕込んでおき、お客様が来店して注文を聞いてから手で餡を包む。「最初はお客様がたくさんいらつしやると、出すまでに時間がかかって大変でした。今ではそれも解決して、新商品のテスト販売



北海道砂川市の工場。OEMの製品を製造する

「1年目は赤字という出店計画を金融機関に出すと、大手スーパーとの取り引きをやめたのに大丈夫かと言われました。でも3年目からトントンでここでは利益は出さないうので開発がなかなかできませんでした」まだ売り上げの大半は業務用のOEMだが、ブランドでの商売が十分成り立つと分かっただけでも出店した価値はあると吉川社長はとらえている。

いるという背景を評価されるものにしてほしいですね」オープンしてまだ半年余りだが、「店を持つことがブランドへの信用度を高めてくれ

ています。ブランドがOEMの仕事につながり、OEMを通じてブランドの評価も上がるという相乗効果が生まれています」六本木ヒルズに続いて、森ビルが運営す

るほかの商業施設に出店するのが当面の目標だ。オリジナルブランド品の存在価値を高めていくうえで、直営店舗の存在は欠かせないものになっている。

吉川食品株式会社

■会社概要

設立	1972(昭和47)年(創業1953年)
代表者	吉川幸宏
所在地	北海道砂川市東豊沼26番地
資本金	6,000万円
売上高	6億6,572万円(17年11月期)
従業員数	34人
事業内容	和菓子の製造販売

OEM先から撤退して 売り上げが一気に減る

東京・早稲田に、商売繁盛、金運上昇の御利益がある神社として知られる穴八幡宮がある。「二陽来復」の御札を手に入れることができる冬至から節分までの期間は、多くの参拝者が訪れる。その穴八幡宮から階

が来店し、期待通りの売れ行きです。今は常連さんも付いています。業務用のOEMで年間1400万から1500万個売っていたので、勝算はありました」吉川社長は、OEMでの売り上げに頼らず自社ブランド



吉川幸宏代表取締役社長。祖父が創業した吉川食品は、もともと自社で和菓子を買っていた。「一度OEMに大きく転換して、再び暖簾を復活させて原点に戻ったことになりました。『よしかわ』の名前が出せなくてほかの業者と取り替わってしまうのはおもしろくない。正直、意地もありました(笑)。まだ具体的な計画はありませんが、4年以内にもう1店舗都内に出す予定です」

「多い日には1日に140人近くのお客様が来店し、期待通りの売れ行きです。今は常連さんも付いています。業務用のOEMで年間1400万から1500万個売っていたので、勝算はありました」吉川社長は、OEMでの売り上げに頼らず自社ブランド

「よしかわ」を展開するために東京への出店を決断したのだという。OEMは先代の父親が始めた。おはぎや大福、団子などを冷凍する技術を開発して特許を取得し、地元向けの日配品だった和菓子を全国に配送することが可能になった。ここから吉川食品のビジネスは大きく広がった。「年商10億円近くになりました。でももちろん『よしかわ』の名前では販売できません。納入先が考えるのは価格を抑えることで、ことに大手スーパー向けだとほかの業者と厳しい価格競争になりました」

おはぎを年間1500万個近く売る北海道の会社が、東京・早稲田の穴八幡宮下に自社店舗をオープン。ゆくゆくはOEMからの脱却を目指す