

出来たてのおいしさを秘伝の製法で提供し続けるおかきメーカー

高山製菓株式会社 奈良県生駒市

高山製菓株式会社は、奈良の銘菓「高山かきもち」の製造を手掛けている。1982年に導入された高周波焼き機を駆使し、独自の製法で看板商品である「蓬菜」や「ころもち」が生まれた。大半は贈答用として購入されるが、日常でも楽しんでもらえるよう、季節限定商品など新たな商品の開発にも積極的に取り組んでいる。

できたてのおいしさをより安価で提供するため、流通ルートは工場での店頭販売と通信販売に限定している。同社の商品は、贈られた人がまた新たなファンとなるなど、主に口コミで評判が広がっている。

同社のスローガン「心が感じるおいしさは見えるのです」には、社員一人ひとりが、お客様がおいしくおかきを食べる様子を想像し、心を込めて業務に励む、との思いが詰まっている。

同社はこれからも従業員一同力を合わせ、出来たてのおいしさを求めて歩み続ける。

会社概要



会社名：高山製菓株式会社
所在地：奈良県生駒市高山町 6785
電話：0743-78-0552
FAX：0570-068-068
設立：1961（昭和36）年
代表者：代表取締役 齋二 隼
資本金：1,000 万円
従業員：36 名
事業内容：菓子製造・販売
URL：<https://www.takayamaseika.co.jp/>

高周波焼き機で編み出した秘伝の製法

厚くてボリューム感のある奈良の銘菓「高山かきもち」で有名な高山製菓株式会社は、現社長齋二隼氏の祖父である勇治氏（以下「会長」）が1950年9月に創業、おかきの行商を始めたことに遡る。その後1961年6月に有限会社を設立、1971年に株式会社に組織変更した。もちの表面を「かいて（剥がして）」作ったことから名付けられたという「かきもち」は、その名のとおりもち米から作られたおかきの愛称である。評判の味を生み出す原材料の品種や製造工程にある機械など、多くは会長が考案したものがベースになっている。

飛躍の契機となったのは1982年、「他社が作っていない分厚いおかきを作ろう」と考え、それまでのガス焼き機に代え、高周波焼き機を導入した。電子レンジと同じ原理で生地内部まで均等に加熱するので、厚い生地の芯までしっかり熱が入り、程良い食感に焼き上がる。当時としては破格の金額だっただけに、社運をかけて新商品の開発に挑戦した。何年もの試行錯誤の末、サラダ味が人気の「蓬菜」の完成にこぎ着け、ほどなくして一口サイズの「ころもち」が誕生した。その頃から、同業他社に出向いて機械の不具合の調整をアドバイスしたり、大手米菓メーカーが見学に訪れたり、会長は“おかきの神様”と慕われていた。



もち米を蒸した後、自動餅つき機で生地を作る（左）
分厚い生地の芯まで熱が入る高周波焼き機に入る前の生地（右）

会長は「よその会社に入っても何も勉強にならん。うちにいた方が勉強になる」との思いが強く、齋二社長は大学卒業後すぐに同社に入社した。



第一工場兼店舗の外観（左）贈答用の高山かきもち（右）

入社後は、それまで孫として接してもらっていた時とは大きく違い、会長はとても厳しかったとのこと。蒸し、餅つき、切断・乾燥、焼き、袋詰めなど、各製造工程を1~2年かけて経験し、おかき作りのノウハウをみっちり仕込まれた。



「蓬莱」など7種類の味が楽しめる人気の「味くらべ」(左)
温かいお茶と「ころもち」は絶妙の組み合わせ(右)

同社の第一工場では焼き・袋詰めを行い、第二工場ではおかきの生地を作っている。気温や湿度は毎日変わるため、水分の量や焼きの時間など、日々調整を重ねておかきの製造に取り組んでいる。常に同じものを作るのは難しく、見た目や食感にわずかな違いが生じることもあるが、長年の経験に裏打ちされた技術で品質を維持してきた。

もう1つ、他の米菓業者との違いは、原材料のもち米にある。同社は品質にこだわり、佐賀県産の「ヒヨクモチ」を使用している。色つやが良く、粘りと柔らかさもあるので、おかきには最適な品種である。現地農家の長年の工夫もあり、価格、量とも安定的に供給を受けている。お客様から様々な問合せや要望が寄せられるが、一つひとつ丁寧に耳を傾け、商品の改良やサービスの改善に活かしている。今までどおり地道に美味しいものを作り続けていれば、必ずお客様に支持してもらえると信じている。

贈られた人がまた新たなファンとなる

高周波焼き機の導入とほぼ同じ時期、同社は流通ルートを卸売りから直接販売へと舵をきった。百貨店などからの引合いも強かったが、出来たてのおいしさをより安価で楽しんでもらうため、現在の形である工場直販の形態にこだわった。売上のほとんどは贈答が占めており、出来たてのおいしさが口コミで広まった。これからも、工場直販と通信販売で地道にファンを増やしていく。

同社のイメージカラーといえば、化粧缶にも使

われている鮮やかな朱色である。それまでは銀色の缶が主流であったが、朱色は非常に縁起が良く、缶メーカーの社長からの提案を受け、会長が“よし、それでいこう！”と即決した。「日本全国どここの家庭に行っても、朱色の化粧缶が見られるようにしていきたい」と齋二社長。おかきを食べた後も、裁縫道具や救急用具、工具などを収納するのに重宝されている。再度購入したいと思いつく効果もあるという。

心が感じるおいしさは見えるのです

同社のスローガン「心が感じるおいしさは見えるのです」には、お客様がおいしそうに食べる様子を想像し、工程一つひとつの担い手が心を込めて作することを意識するように、との思いが込められている。中元と歳暮が年間の主な繁忙期だが、近頃は、年末年始や盆休みの帰省土産、クリスマス、バレンタイン、父の日・母の日、敬老の日など、様々なニーズが新たに生まれている。“高山製菓というブランドをもっと高めたい”という願いから、2021年頃から広告宣伝を始めたが、若年層向けにもおかきのイメージ向上を図るため、フェイスブック、インスタグラム、ラインなどのSNSも積極的に活用し、効果的な情報発信に取り組んでいる。また、地域への貢献にも力を入れ、奈良マラソンをはじめとする地元のイベントにも積極的な協力を惜しまない。

齋二社長は毎朝誰よりも早く出社し、従業員とのコミュニケーションに心を配っている。「従業員には本当に恵まれており、優秀な人材が多く、長く勤めてくれている。社長に就任した当初は将来に対する不安の方が大きく、会社経営のことを考え始めるといろいろなことが気になって仕方がなかったが、幸いにも従業員の頑張る姿に助けられてきた。これからも、会社の体制や工場の規模はこのままで、会長の遺志をしっかり受け継いでやっていきたい」と力強く語る。同社はこれからも従業員一同力を合わせ、出来たてのおいしさを求めて歩み続ける。

(大橋 徹)