

株式会社愛工舎製作所

AICOH MIXERS & AICOH SYSTEMS
株式会社 愛工舎製作所

いつも心に「食・夢・創・造」の情熱を

日本が世界に誇る、食品製造用ミキサーのリーディングカンパニー

株式会社愛工舎製作所
代表取締役会長うしくぼ けいじ
牛窪 啓詞 氏

1945年、埼玉県蕨市生まれ。浦和高校から早稲田大学政治経済学部に進む。長男であったことからいずれは家業を継ぐことを意識して、卒業後はすぐに愛工舎に入社。1974年、創業社長である父・牛窪平作氏から事業を引き継ぎ、29歳で代表取締役に就任。自社製品の開発・改良に務めると同時に、海外メーカーとの提携等も積極的に推進し、同社を国内トップのミキサーメーカーに成長させてきた。

多忙な仕事のあいまを縫っての国内外旅行、読書、芸術鑑賞など多くの趣味を楽しむとともに、一流の食と酒を愛する美食家でもある。食を通じて夢を生み出す「食・夢・創・造」をコンセプトに、製品を購入してくれた顧客をしっかりとサポートする社風を築き上げた。座右の銘は「一日一生」。

パンが好き。スイーツが好き。そういう方は実は誰もが、知らないうちにこの会社の製品の恩恵にあずかっているはずだ。

戸田市の閑静な住宅街の一角に、レンガ風の洗練された本社兼ショールームを構える株式会社愛工舎製作所は、業務用ミキサーの国内最大手として、製パン・製菓業界では知らぬもののない存在である。

きめ細やかな粉、粗い穀粒、大粒のフルーツ。レシピに応じて異なるさまざまな食材を、いかにベストの状態に混ぜ合わせ、練り上げるか…という「ミキシング」の技術にこだわりつづけ、日本はもちろん世界各国のパン職人やパティシエたちの信頼を得ている同社の歩みについて、会長である牛窪啓詞氏に伺った。

牛窪鉄工所は戦争を経て
「食」に関わる機械製造の道へ

— 愛工舎のミキサーは、現在多くの有名店・有名シェフに採用され、業界のスタンダードとなっています。

その初号モデルが誕生したのは1950年頃といえますから、第二次世界大戦の終結からわずか5年後。復興途上の日本の食卓に、ひろくパンや洋菓子が普及しはじめた頃になるのではないのでしょうか。

そんな時代に、いち早く業務用ミキサーの需要に着目した経緯などを教えてください。

当社の前身は、1938年（昭和13年）に私の父である牛窪平作が弟とともに立ち上げた

「牛窪鉄工所」という小さな町工場でした。事業を立ち上げたと思ったら、翌年には第二次世界大戦が起きて軍の協力工場になり、24時間フル稼働という経験もしたと聞いています。

1945年になんとか無事に終戦を迎え、これからなにをやらうと考えたときには、やはり誰もが食べ物を求めている時代だから食糧増産に役立つ農業機械がよかろうということで、糶摺り機などを作ろうとしたそうです。しかし、農村部が疲弊しすぎていて、さっぱり売れなかった。

そこで作ったのが、氷削機でした。ものの少ない時期、氷を削るだけで美味しいかき氷を楽しめる氷削機は、大人気を博したそうです。

「白鶴」と名づけられたこの氷削機のシリーズは、最近のかき氷ブームでまだ現役で活躍している姿を目にしますし、先日はテレビのお宝鑑定番組のハワイ特集にも出品され、なかなかの鑑定結果が出たりと、氷削機の世界では名品とされているようです。

そこから、食品製造用機械の分野に目を向けて、今後の成長が見込まれる洋食に欠かせない、パンやケーキ製造用のミキサーの開発・製造に着手したのが、1950年代初頭。

この頃に社名を現在の愛工舎製作所と改め、現在に至っています。

専門性の追求とイノベーションを大切に 拡大し続ける「ミキシング」の可能性

—先代から事業を引き継ぎ、代表取締役
に就任されたのが20代と、かなり早い事業承
継だったそうですね。

私が社長になったのは29歳の時です。父はまだ60代前半で、ミキサーメーカーとして事業も順調に拡大中だったのですが、急な病に倒れてしまい、急遽私が…ということになりました。

私は長男でしたからいずれは後継者になるのだと自覚していましたが、まだ先のことだと思っていましたし、ちょうど結婚したばかり。しかも、直後にオイルショックが起きて日本中が大不況に陥り、「愛工舎は一体どうなるのか…」と不安視されながらの出発となってしまいました。

しかし幸い、先代がしっかりとした事業基盤を築いてくれていましたし、「ミキシング技術を追求する」という確固たる方針を打ち出してくれていました。

また、私も入社以来、海外メーカーとの渉外担当などを務めて一流メーカーとの販売代理店契約を結び、グローバルなビジネス展開のきっかけをつくるなど、成果をあげつつあ

COLUMN

牛窪式氷削機「白鶴」

本社ショールームには、1940年代に製造・販売された氷削機「白鶴」の初期モデルが展示されている。

本体上部には冠雪の富士山と、優雅な鶴のレリーフ。そして“USIKUBOSIKI（牛窪式）”と、創業者の頭文字である“H&K”と“TOKYO/JAPAN”の文字が誇らしげに刻まれている。

1997年にはJR東日本の夏のキャンペーンパンフレットの表紙にも採用され、話題を呼んだ。



1974年には英国・ケンウッド社と代理店契約を締結。同社が目指すグローバルビジネスの、頼もしいパートナーとなっている。(左から2人目がご本人)

る頃でしたから、熟練社員たちにも支えられて、なんとかこのピンチをしのぐことができました。

この時代に英国・ケンウッド社の総発売元として取扱いをスタートした卓上型万能ミキサー「ケンミックスシリーズ」や、日本初のモーター内蔵型プラネタリーミキサー*「マイティシリーズ」などは、現在も当社の主力となるベストセラーとして、多くの製パン・製菓メーカーで採用されています。

——顧客リストを拝見すると、国内外の有名店・企業がずらりと並んでいて、壮観です。

おかげさまで、店名を見れば誰もが知っているような名店や、全国展開のチェーン店、ホテル等ともお取引ができるまでになりましたし、世界が注目する気鋭のシェフやパティシエからもご用命いただいています。

製パン・製菓というニッチな分野で実績を積み重ねることで、グローバルに認められる企業になることができたのは、本当に嬉しく、ありがたいことだと思っています。

さらに最近では、創業当初はパンやケーキ（洋菓子）のみを想定して開発していたミキシング技術が、化学分野など幅広い企業から注目を集めるようになりました。

——食品だけでなく、化学の分野にも進出されているのですか？

そうなのです。私自身、だいぶ前からこれだけのミキサーができれば、他の分野にも

ニーズがあるだろうと考えてはいたのですが、実際に専用ミキサーの開発・製造にまでこぎつけたのは、最近のことです。

しかし、ひとたび実績ができると、薬品や塗料、プラスチックなど、混ぜる作業が必要な他の業種からも引き合いが来るようになりました。

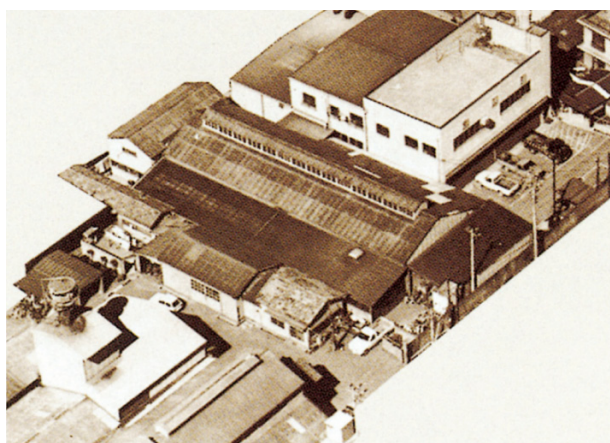
私自身、イノベーションが大好きですから、ヒントやアイデアがあれば、すぐになんでもやってみようと本気で乗り出す方なので、化学系分野の企業から声がかかったときには、即座に社内に専用テストルームを作りましたし、特殊なオーダーにも対応しました。

改めて、当社が創業以来追求してきた「ミキシング」という技術は、実に奥が深く、その応用には無限の可能性があると感じています。



化学ミキサーテストルーム

*プラネタリーミキサー：攪拌子が自転しながら公転する、プラネタリー運動（遊星運動）を行えるミキサーの総称。



愛工舎誕生時からの生産拠点・蔵工場

顧客のニーズに真摯に向きあう 場と機会を、自ら創造

——カタログを拝見すると、ミキサー以外にも様々な製品を取り扱われているようです。

はい。創業以来、ミキサーを主軸としてきた当社ですが、近年では製パン・製菓の工程に必要な周辺機器開発にも力を入れています。

コンベクションオープンやピザ窯、酵母発

ミキサーから始まった技術力でフードサービス全般に存在感を示す愛工舎製品

■ミキサー

製パン・ホテル&レストラン・製菓・食品加工。様々なシーン・レシピに応じたミキシングマシンは、愛工舎の代表作。国内はもちろん、海外の名店でも採用され、高い評価を得ている。



縦型

製菓専用

カッター

特殊仕様

連続発泡

スパイラル

卓上

■オープン

製パン・製菓の最終工程をになうオープンを入力。アルチザン（職人）に伝え継がれる本物の焼成を、最先端の技術で実現している。



■製パン

パン種の発酵機、生地成形機、規定サイズに生地をカットしたり、丸める機械など、製パン工程に欠かせない作業に対応した機械を開発している。



■製菓

デコレーションケーキやカップケーキといったレシピの違い、クリームの種類など、多彩な製菓工程に対応する機械を展開している。



■フードサービス

カフェ・レストラン・ホテル等、厨房内だけでなく魅せる演出にも使える、ピザ関連機器・グリル焼成機なども取り扱っている。



酵機、生地をカットしたり、丸めたりする専用機など、ひとくちに、製パン・製菓業務機械といっても、実に多彩な工程がありますし、求められる機能は異なるのです。

大規模な生産現場では、レシピごとに別の機材が必要になることもあります。生地をシート状に伸ばすだけの機械、ケーキスポンジをクリームでコーティングするだけの機械、ケーキをカットするだけの機械、といった専門性の高い製品が、顧客の声から次々と

開発されてきました。

その一方で個人経営のお店では、1台でどんな種類の生地にも対応できる機械や、どんなパンでも美味しく焼き上げるオープンといった、汎用性のある製品が求められます。

相手が大企業であっても、一人の職人さんであっても、当社にとっては大事なお客様。顧客がどんなニーズを持っているのかを丁寧にリサーチし、対応できる製品を開発することが当社の存在意義だと考えています。

そのためにも「顧客とふれあい、話しあう場所と機会」を設けることが大事だと考えて、現在の本社ビルを建てる際にショールームを併設しました。このショールームは「Creative Aicoh Plaza」の頭文字をとって「CAPホール」と呼ばれていますが、毎日のように多くの方にお立ち寄りいただいています。

——カフェテラスのようなホールがあったり、ミキサーやオーブンなどが設置されていたりと、かなり大規模なショールームですが、どのように活用されているのでしょうか？

導入検討中のお客様が実際に製品を試しに来て、パンやお菓子を作っていくこともありますし、社員と相談しながら、新たなレシピ開発に励んでいる姿もよく拝見します。機械の性能や使い勝手、お店や工場に設置する際の動線などを確認するには、なんといっても実際に使ってみるのが一番ですからね。

また、著名なシェフを招いてトークショー



気鋭のシェフが惜しげなくノウハウを指導してくれるセミナーには、毎回多くの参加者が集まる。

や講習会をしていただいたり、これから起業・創業を志している方のサポートセミナーを開いたり、地産食材を用いて新たなレシピ開発にとりくむ同業者セミナーの会場になったりと、広い意味での食文化交流や新技術・新レシピを生み出す場となっているといえるでしょう。

こうした多彩な交流を通じて、当社の社員たちも大いに製品開発やイベントのヒントをいただいていますから、まさにお互いWin-Winの有効利用ができていないのでしょうか。

「Food Dream Creator～食・夢・創・造～」を事業コンセプトに、顧客・業界・

■自社ショールームでの業界発展支援活動

同社では、長年にわたって関わってきた製パン・製菓業界の繁栄を願って、技術的・文化的な発展支援のとりくみを行っている。そのメインステージとなっているのが、同社の本社に併設された「CAPホール」だ。「Creative Aicoh Plaza」の頭文字から名づけられたこのホールでは、単に自社の業績のためだけでなく、顧客支援、人材育成、文化交流、地域貢献など多面的な情報発信やサポートのイベントが開催されている。



同社を代表する機械を実際に使用できるキッチンコーナーと、最大80名収容可能なホールを設けたショールーム「CAPホール」。人気講師を招いてのイベントでは満員御礼になるほどの参加者がつめかけるといふ。

■一流に触れる、メセナ活動

「美味しいものも好きだし、芸術も好き。一流の人になるためには、一流のものに触れる機会がなくては」という牛窪会長の想いもあり、CAPホールではライブコンサートなども開かれる。

会長と親交の深いジャズプレイヤー・坂田明氏や、ソプラノ歌手・河野明子氏など、世界的な音楽家が出演し、聴衆に心豊かなひと時を提供している。



人気音楽家のステージを目の前で楽しめるCAPホールでのライブを、毎年楽しみにしている地元の人も多いとか。

もうひとつ、これは会社のメセナ活動兼私の趣味でもあるのですが、年に数回ジャズやクラシックのライブも開いています。音楽ファンや地域の人の間では、こちらもなかなか好評ですので、本当にこのホールは作ってよかったなと自画自賛しております。

「5つのK」を大切にする社風の中のびのびと力を発揮する社員たち

— 食品に関わる業種ということもあるのか、女性社員が多数活躍している姿が目立ちますね。

確かに、当社は女性のアイデアや行動がとても大切にされている会社だと思います。女性に限ったことではありませんが、食べる喜び、作る喜びというものに敏感な人が集まるからでしょうか。イベントの企画や進行などにも、積極的に関わってくれる人材が育っていると思います。

また、女性社員が長く働いてくれているのも、嬉しいことですね。結婚や子育てによって休職することはあっても、復帰率は非常に高い。そういう意味では、最近話題の“女性活躍企業”として、なかなかの実績がある会社といえるかもしれません。

— そうした社風や人材育成の手法は、どのようにして培ってこられたのでしょうか？

私はよく社員たちに「仕事に大切な5つのK」の話をします。それは①顧客、②協力会社、③工員（社員・仲間）、④家族、⑤健康です。

顧客に喜ばれ、協力会社に信頼され、助けあう仲間がいて、支えあう家族がいるから仕事が充実するのであり、その毎日を支えるのは心身の健康、ということですね。

改めていうまでもないほど基本的なことばかりですが、この5つのKのどれかひとつでも損なうと、仕事というのはとても辛いもの

食文化発展の中心的役割を果たす愛工舎製作所

■業界内イベントへの出展

フードショーやMOBACショーなど、食品に関わる展示会になくはない同社のブース。機械の展示だけでなく、製造実演や試食、擬似店舗など、体験型の演出でイベントを盛り上げている。



■情報発信の重要性に着目

広報活動に熱心なのも、同社の特徴。業界内やパンや菓子作りを趣味とする人に向けては、有名シェフが同社の製品を用いて作成・監修したレシピ本などを発行し、人気を博している。また、業界人向けの専門誌「Bakery Partner」にも、同社製品を導入した顧客の成功事例等が多数掲載されており、リーディングカンパニーとしての製品の優秀さを裏付けている。



また、社内報では自ら巻頭エッセイを執筆し、連載記事を一冊にまとめた単行本も刊行されている。

になってしまいます。私は、当社の社員には絶対にその様にはなってほしくないと思っています。

社員が仕事に情熱を注ぐことができないようでは、お客様だって満足してくだされません。給料というのは、経営者からもらうものではなく、お客様からいただいている、そういう気持ちで、お客様と真摯に向き合い、よりよい商品・サービスを考え出してほしいという気持ちが、社員たちにも伝わっていたら嬉しいですね。



事務・広報・企画開発・営業まで、多数の女性が活躍している姿を目にする。

——いきいきと働く社員の皆さんの姿を拝見すると、きっと会長の想いは伝わっているだろうと感じます。最後に、今後のビジネス展望について教えてください。

29歳で社長になって、はや40年。その間、社会には好不況の波が幾度も訪れ、当社としてもやはり、浮き沈みがありました。

それでも、私はいつだってこの仕事が楽しくてたまらなかったような気がします。それは“食”というものが、作る人にも食べる人にも、幸せな時間と大きな夢を与えてくれるものだからであり、当社の機械が、その食文化の発展に貢献しているのだという確かな実感があったからでしょう。

同時に社長としてこれだけとは決めて買ってきたのが、共に事業を支えてくれる社員を守ること。これまで誰一人リストラしていないこと、そして赤字を出していないことは、私の生涯の誇りです。

父から会社を引き継いだとき、私は「食・夢・創・造」というスローガンを掲げました。

食の可能性を創造すること。食を通じて夢を抱くお客様を支援すること。そして、この仕事を通じて、当社に関わるすべての人が夢と創造性のある人生を送ること。

そんな願いをこめたスローガンに導かれるように、当社は事業フィールドを拡大し、ニッチな分野ながら国内外に認められる、リーディングカンパニーと呼ばれる存在に成長することができたのです。

そして今春、私は、三代目となる息子の洋光に、事業を引き継ぎました。創立から70年が経ち、100年企業への道筋も見えてきた今、この先の愛工舎製作所がどんな企業になるのか、食文化にどう貢献していくのか。その舵取りは、彼と次世代の社員たちに託していますが、みんなの心の中にはいつでも「食・夢・創・造」の情熱があってほしい。それが私の願いです。

株式会社愛工舎製作所 概要



創業	1938年1月（昭和13年）
資本金	1,000万円（授權資本2,000万円）
従業員	140名（2015年12月期）
本社	〒335-0011 埼玉県戸田市下戸田2-23-1
電話	048-441-3366
ホームページ	http://www.aicohsha.co.jp/
子会社	(株) アイコーインターナショナル ・(株) 三協製作所・(株) コバック
取引店	蕨支店