



谷沢菓機工業 株式会社



シェア7割のチョコレート製造機械メーカー チョコレートに特化し、付加価値を高めていく



谷沢菓機工業 株式会社
代表取締役 **谷沢 修次** 氏

代表的なお菓子の1つであるチョコレート。新型コロナウイルスの感染拡大で、一時「巣ごもり需要」が発生したこともあって、国内の消費が伸びている。日本チョコレート・ココア協会のまとめによると、2021年の市場規模は3,715億2,500万円で、12年の実績と比べると26.1%増となった。少子化のなかにあつて、健闘しているお菓子と言える。そのチョコレートの製造における「2次加工」の工程で使われる製造機械で、約7割ものシェアを握っているのが蕨市内に本社工場のある谷沢菓機工業だ。実は、同社は創業から100年以上の歴史を持つ老舗企業でもある。そのルーツを遡ると、米菓子・和菓子の製造機械に行き着く。また、独自のチョコレート製造機械で、いくつかのブームも誕生させてきた。持ち前の強みや、今後どのような分野に力を入れていくのかなどを谷沢修次社長に話を伺う。

LEADER'S PROFILE

1956年東京生まれ。立教大学経済学部卒業後、2年間ほど包装機械メーカーに勤務。80年、父親の秀夫氏が社長を務めていた谷沢菓機工業に入社。数年間、現場で米菓子や和菓子、そしてチョコレートの製造機械づくりに携わり、構造やモノづくりの段取りなどについて学ぶ。それ以降は営業の第一線に立つ。88年、3代目の社長に就任する。入社以来、チョコレートを自分で実際に試作することが好きになり、新しいレシピを思いつくと、自社内の「お菓子開発センター」にこもる。趣味はピアノの演奏で、大好きなショパンの曲を1小節ずつ覚え、約1年かけて1曲をマスターしている。

1964年の東京五輪開催を機に埼玉へ移転

——創業から100年以上経つそうですが、ご創業の経緯から教えてください。

私の祖父である谷沢満房が生まれ故郷の山梨県から上京し、持ち前の器用さを生かしながら仲間と一緒に、餅やうどんを切る機械の製造販売を、1916（大正5）年に東京都文京区西片で始めたことが当社のルーツになります。それから間もなくして、あらゆる製造機械も手掛けるようになったと聞いております。

戦後間もない1950（昭和25）年に父の谷沢秀夫が経営を引き継ぎ、これを機に株式会社谷沢商会として組織を法人化します。また、製餅・和菓子製造機の製造販売にも乗り出しました。56年生

まれの私は、自宅の横にある本社工場で、米を蒸したり、その蒸した米を練ったりする機械を組み立てるのを見ながら育ちました。そして64年の東京オリンピック開催が決まると、都心部で主要幹線道路の拡張工事が始まり、谷沢商会の社用地が引っかけたしまい、工場の閉鎖が余儀なくされたのです。

——そこで埼玉県とのご縁ができたのですね。

高度成長期と歩調を合わせて、一般家庭の所得が増えていき、間食として米菓子や和菓子を楽しむ人が多くなっていきました。それもあって、製造能力をアップするために、もともと工場を拡張する必要に迫られていたのです。そこで、都心へのアクセスのよい戸田市内へ本社工場を移転することにしました。それが63年のことで、これに伴って現在の社名である谷沢菓機工業株式会社へ



変更したのです。

それから75年に現在の2,000万円の資本金へ増資を行い、さらなる設備の増強を図っていきました。しかし、次第に本社工場の設備では需要の増加に追いついていなくなり、戸田市に隣接する蕨市の錦町に土地を手当てして、82年に第2工場を竣工します。それが現在の本社工場で、2000年に業務の合理化を図るために戸田の製造設備を全て引き払って統合することにしたのです。

— お話を伺っていると、日本古来のお菓子である米菓子や和菓子の製造機械で、御社の礎を築いていらしたことがわかります。

日本における菓子の歴史の始まりは古の時代に遡り、十分な主食を確保できなかった古代の人々は、お腹が空くと野生の「古能美（木の実）」や「久多毛能（果物）」を採って食べていたそうです。その後、それら木の実を天日で乾燥させて保存したり、石臼や石槌で粉碎して保存したりするようになっていきます。しかし、なかにはアクの強いものがあつたため、粉にしたものを水にさらして団子状にしたうえ、熱を加えて食べるようになりました。

これが「団子」の始まりで、そこから日本最古の加工食品といわれる「餅」が誕生します。古代から連綿と受け継がれてきた餅に当社は創業以来関わり、それから実に100年以上経ちます。

— 米菓子や和菓子を作る機械を開発されてこられたのですね。

当社の米菓子や和菓子の製造機を代表するものとして、創業以来の機械である「餅揚機」や89年に発売した「ライシー」があります。それまで団子を作る際には、まず米を軋いて粉状にして、それを蒸したうえ、ついていました。しかし、ライシーではまず米を粒状のまま蒸して、それをローラーで潰し、さらについて団子にします。そうすると、使った米の風味がそのまま団子に残るため、「コシヒカリ」「あきたこまち」など原材料の名前を商品の前面に押し出せ、消費者の皆さまへのアピール度が一気に高まるのです。その結果、全国の街中の和菓子店から注文が相次ぎ、大ヒッ

トを飛ばしました。

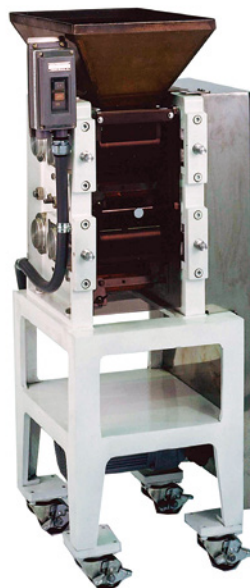
また、和菓子店の団子の製造効率を高めるものとして卓上団子製造機があって、つきたての生地を入れると串団子が自動で出来上がります。最大で1時間当たり2,000本作ることができ、日本全国の和菓子店から支持をいただいております。

売り上げ規模が数倍のチョコレート製造機械

— しかし、いまでは御社の売上げの大半は別なモノで稼がれるようになっていきます。

チョコレート製造機械が全売上高の約9割を占めています。この分野に参入したのは1980年です。

米菓子や和菓子の製造機械は、1台当たり100万円前後の価格のモノが多く、いくつか組み合わせると納めても、せいぜい1,000万円前後の売上げにとどまっていた。しかし、チョコレートの製造機械となると、小さなモノでも200万円前後になります。さらに、川上から川下まで複数の機械を組み合わせるとプラントとして納めることが多く、トータルで通常3,000万円前後、大きな規模のプラントだと1億～3億円の売上げが見込めました。毎期、苦勞しながら経営の維持に努めていた当社にとって、チョコレート製造機械の分野に打って出られることは、新たな成長の芽を掴むチャンス到来だったのです。



ふかし丸粒ローラー「ライシー」
炊いたうるち米を潰すことで、うるち米丸粒から、自然な形で自然な美味しい団子・柏餅等多くの和菓子生地や煎餅生地が仕上がる。



チョコレート製造機「クランチチョコ成型機」発売。国内外でクランチチョコレートのブームを起す。



—— 御社が手がけている機械は、具体的にどのようなモノなのでしょう。

2次加工で使用される製造機械になります。温度を調節する「テンパリングマシン」、型に入れ成型する「チョコ充填機」や「シェルフォーマー」、冷却を行う「クーリングトンネル」などがあります。また、それらを組み合わせて、板状の「ソリッドチョコレート」、中にクリームやフルーツ、ナッツ類を挟み込んだ「シェルチョコレート」などを自動製造するプラントとしても納めています。

同じ埼玉県内に本社工場のある製菓会社さんとは、長く取引を続けさせていただいて、2020年9月から稼働を開始された新工場のなかにあるチョコレートの2次加工用の製造機械の大半は、当社が納めさせていただいたモノなのです。

—— そうした機械の製造はどのような体制で進められているのですか。

企画や設計は全て当社で行っています。しかし、全従業員35人のうち製造に関わる者は15人ほどという小所帯ですので、機械部品のほとんどは地元の蕨市内や隣の川口市内にある外注業者から調達をしています。とはいえ、チョコレートの成型に関わるミリ単位の高精度が求められる一部の機械部品は、当社の従業員が内製しています。

当社の人材は基本的に中途採用で、製造現場には技術力を持った者を配置しています。そして、彼らの腕によって、お客様が期待するチョコレートを製造する機械を納めているわけです。鉄製からオールステンレス製に移行したこともあいま

て、機械の耐用年数が10年～15年、長いものだと20年以上というモノまであって、お客様に大変満足していただいております。

真空含浸装置は「しみチョコ」ブームの立役者

—— 取り扱われているチョコレート製造機械の特徴について教えてください。

大手の製菓会社さんが使用されるものは、世界的なシェアが高く、大量生産に適した欧州メーカーのモノがほとんどです。そうしたなか、当社は日本独特のチョコレートを製造するモノに特化することで、付加価値を高めるようにしています。そのためには設計や製造というハードだけでなく、新しいチョコレートの企画開発というソフトの面にも力を入れています。言い換えると、売れ筋のチョコレート菓子を企画・考案しながら、新しい製造機械をお客様に提案していくということになり、ここに大きな特徴があります。

—— そこで1990年に誕生したのが「クランチチョコ成型機」だったのですか。

ある製菓会社を営業回りでお訪ねすると、小麦煎餅の端材を手作業でチョコレートと混ぜてクランチチョコレートを製造されていました。試食させていただくと、いままでない「サクッ」とした口当たりがとても新鮮で、「これは面白い、絶対に人気商品になるな」と思いました。そして、社長さんとお話をしていると、「手作業では限界があり、量産できる機械ができないか」と相談を持ち掛けられた



のです。それから、チョコレートと具材が均一に混ぜるようにするなどの工夫を重ねて、ようやく完成したのがクランチチョコ成型機でした。

汎用機として売り出すと、全国の製菓会社から注文が相次ぎ、クランチチョコレートブームの「陰の火付け役」となったのです。また、さらに改良を重ねてできたのが「ロール式クランチフォーマー」です。それまでコーンフレークやナッツを混ぜたチョコレートを型に押し込み、圧迫・成形していました。それを、回転するドラム上のローラーの上にあるくぼみへ材料を噴出して成型し、ローラーの下のくぼみに落とす仕組みに変えたのです。

圧迫しないため、スナックなどのもろい材料も使うことが可能なおうえに、チョコレートの比率を従来の5割から2割へ下げられるようになりました。その結果、さらに口当たりのよいクランチチョコレートが製造できるようになったのです。1台当たりの価格は800万～2,000万円と高額ですが、当社のロングセラーの製品の1つとなっています。また、世界最高峰の加工・包装産業メッセである「デュッセルドルフインターパック」の99年開催の展示会に出品すると大反響を呼び、海外からの引き合いも舞い込むようになったのです。

——工場の3階には「お菓子開発センター」を設けられているとか。

いまから25年ほど前に私の発案で設置しました。ここでは主に2つの方向から開発を進めています。1つ目は、お客様から「こんなチョコレート菓子ができないか、一緒に考えてほしい」との要望をもとに、共同で開発を進めるものです。実際に原料を持ち込んでいただき、当社の製造機械を使って試作してみます。風味や食感など満足のいくものができそうだとすれば、必要な改良を加えながら量産化するための製造機械の設計や製作に入ります。

2つ目が、当社独自に新しいチョコレート菓子を企画して、それに合った製造機械を開発していくものです。そこで誕生したのが「含浸チョコレート」であり、2003年に「真空含浸装置」を発売すると大きな注目を集め、国内外における「し

みチョコレート」市場の立ち上げにつながっていきます。

——何をきっかけに含浸チョコレートを思いつかれたのでしょうか。

当社の外注業者がいる川口市は鋳物の町として有名ですが、その鋳物に樹脂を混ぜて強化する際に真空技術を応用していることを聞いていました。また、木材に防腐剤を染み込ませる際にも真空技術が活用されていることを知り、「チョコレートにも応用できないかな」と思いつき、工場に元々あった真空装置を使って開発に取り組み始めました。

実際の製法は、まず金属製のバスケットにクッキーをはじめとする材料を入れて真空状態にします。すると材料のなかの空気が抜けて隙間ができ、そのバスケットにチョコレートを流し込んで空気を戻すと、空気の圧力で材料の隙間にチョコレートが一気に押し込まれます。その間に必要な時間はわずか数十秒です。以前からクッキーなどにチョコレートを練り込んで焼く製法があったものの、熱が加わってチョコレートの風味が損なわれてしまいました。でも、この製法であれば、チョコレート本来のおいしさを保てます。

——昨年10月、以前会社のあった文京区西片にチョコレート製造機械のショールームを開設された際、併設する形で含浸みチョコレートのショップがオープンしましたね。

工場の跡地に賃貸マンションを建てて活用していました。しかし、築50年以上が経ち、将来的に建て直しを計画していたところ、1階のテナン



2021年に文京区西片にオープンしたショールームとチョコレートショップ



ホワイトチョコ含浸フリーズドライフルーツ

トが空いたのでショールームを開設することに決めました。「せっかくならチョコレート屋さんを併設できたら」と考えてお声がけさせていただいたのが、当社の顧客であったハンター製菓（東京）の3代目社長をリタイアされた柳澤一嘉さんだったのです。

柳澤さんは新たに「チョコグラフィ」という会社を立ち上げて、フリーズドライフルーツにチョコレートを含浸させたチョコレートに特化した「メレ・ド・ショコラ」のブランドづくりに力を入れていらっしゃいました。使われている機械はもちろん当社のモノです。それまでは百貨店の催事での出展販売がメインで、実店舗の出店は初めてでした。年が明けてバレンタインが近づくとテレビ番組で紹介されたのを機に、お店の前に50mほどの行列ができるようになりました。おかげさまで、ガラス張りの当社のショールームを覗いていただける方が大勢いらして、知名度のアップに一役買ってもらっています。

マルチな製造機械で世界に打って出る

——営業はどのような体制で臨まれているのでしょうか。

息子で常務の谷沢俊哉を含めて合計5人が担当しております。北海道から九州・沖縄まで、全国にある製菓会社の数百社がおお客様です。地方に関してはエリア毎に選任の担当者を決め、首都圏についてはお客様ごとに担当者をつけ、直接訪問するなどしてご要望を聞きながら、最適な提案がで

きるように努めています。

また、年に1回開催される食品製造総合展の「FOOMA」や国際製パン製菓子関連産業展の「モバックショウ」といった国内の展示会に積極的に参加しています。そこで当社の製品に関心を示していただいた先にはきめ細かなフォローをすることで、新規の顧客の獲得につなげています。そうした結果、2次加工のチョコレート製造機械では、国内シェア約7割を確保できるようになりました。

——海外への対応についてお聞かせください。

最初に引き合いがあったのは、チョコレート製造機械の世界に入ってから5年ほど経ってからで、韓国の製菓会社から「新規にチョコレート工場を立ち上げるので、製造機械一式を任せたい」とのお話でした。輸出は未経験で、通関手続きのノウハウもなかったものの、清水の舞台から飛び降りる覚悟で引受けました。

それを機に徐々に輸出の実績を積み上げるようになり、5年ほど前にはフランスの菓子会社から、日本独自のチョコレート製菓を製造するプラントの大きな注文をいただきました。

海外には同様な機械がなく、いまでも中国や韓国、そしてトルコなどから引き合いが来ています。そうした海外からの窓口は専務に任せています。

——今後はどのような分野に力を入れていかれるお考えですか。

ハードとともに優れたソフトもお客様に幅広くお届けしていくというスタンスはキープしていきます。その一方で、国内のチョコレート製造の世界で培ってきた技術力を、海外でも通用する製造機械の開発へ転用していきたいと考えています。

特にチョコレートの本場である欧州のメーカーのチョコレート製造機械は大量生産向けがメインで、そのほとんどが単一商品向けになっていて汎用性がありません。一部の部品を交換することで、多品種の商品を一つの機械で製造できるようにしたら、顧客である製菓会社の資本効率は飛躍的にアップするわけであり、こちらに目を向けてくれるようになるはずで。そうしたオリジナルのマルチなチョコレート製造機械を1日でも早く開発



創立100周年記念ハワイ社員旅行

して、海外に打って出たいと考えています。
 ——そのような夢をかなえるうえでも、解決しなければならぬ課題としてどういったことがあるのでしょうか。

いまある工場の敷地面積は300坪ほどです。チョコレート製造のプラントとして発注していただいた場合、ライン全体が30m以上になると、手狭で機械をどうしても1列に並べることができません。そこで、800坪～1,000坪の土地を手当てして、工場を拡張したいのです。今後、海外向けを視野に入れていくとなると、長いラインで構成される大型のプラントも想定しておく必要があります。5年以内には新工場を立ち上げたいと考えています。また、人が口にするチョコレートの製造機械を本格的に輸出していくのにあたっては、衛生管理の国際的な手法である「HACCP」を導入するなどして、特に安全衛生管理に厳しい欧州の製菓会社の審査をクリアする必要もあります。

ハードとソフトの両面における当社の基盤を強



取材後記

武蔵野銀行 戸田支店
 吉岡 明寛 支店長



谷沢菓機工業株式会社様は、創業100年を超えるお菓子製造機械メーカーのリーディングカンパニーです。特にチョコレート菓子の製造機械の開発に強みを持っております。ひと言で「チョコレート」と言っても今のチョコレート菓子の消費者嗜好は多様化しており、誰もが一度は口にしたことがあるクランチチョコ成型機の開発を皮切りに、コーンパフにチョコをしみ込ませる含浸製法の確立やクリームを薄膜のチョコでコーティングするワンショット式の機械を開発するなど、チョコレート菓子の歴史は製菓製造機械の歴史と言っても過言ではなく、当社は優れた多くの製菓機械を世に送り出しております。

また、当社は製菓機械の製造のみならず、お取引先とお菓子の開発を共同で行う「お菓子開発センター」を設けており、谷沢社長ご自身も新しいお菓子の試作をするのが趣味と言うほど、お菓子に対する情熱を人一倍持っております。

当行としても、今後の事業発展に向けてあらゆる角度からサポートし、お手伝いさせて頂きたいと思っております。

化しながら、若い世代へバトンタッチを進めていきたいと考えております。それが、当社が200年企業へ歩んでいく道筋になるものと確信しています。

■ 谷沢菓機工業株式会社 概要

設立：1963年2月
 資本金：2,000万円
 本社：蕨市錦町1-11-34
 事業内容：製菓機械製造販売
 社員数：35名（2022年10月現在）
 取引店：武蔵野銀行戸田支店