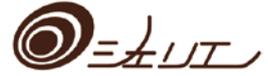


株式会社 シェリエ



「品質を誇る企業に明日はある」を経営理念に 感動創造型企業を目指す総合焼き菓子メーカー

株式会社 シェリエ
代表取締役社長たかはし
高橋ひろし
博 氏

1949年（昭和24）3月、新潟県三条市生まれ。1964年に上京後、数軒の洋菓子店でパティシエとしてスキルを磨く。1986年にバウムクーヘンの製造卸業を都内足立区にて創業し、全国的なOEM受託生産を展開し、その確かな品質で信用を築く。

1992年、事業拡大のため児玉郡児玉町に工場を移転。その後、OEMと併せて小売事業に本格的に進出するため、2008年に「花園フォレスト」、2015年に「上里カンターレ」をオープン。地域に根ざし、業容の拡大を続けている。

好きな言葉、絶えず心がけていることは、「感謝」と「反省」と「謙虚」の3つ。

全国の有名ホテルや洋菓子店、デパート、スーパー、コンビニなどから高い評価を得ている株式会社シェリエ。創業当初の唯一の商品であるバウムクーヘンで確かな経営基盤をつくり、弛まぬ努力と確かな品質で、取引先からの信頼と信用を築き上げてきた。

こうした長年のOEM受託生産の実績を背景に、最近ではオリジナルのブランドで小売業界にも本格的に進出し、業容を大きく拡大中である。

シェリエは、「お客様のおいしいという声が聞きたい、喜ばれる顔が見たい」という夢を会社と社員が共有する「感動創造型企業」を目指している。オープンから1年目を迎えた「上里カンターレ」にて高橋博社長にお話を伺った。

商品はバウムクーヘン1商品のみ
地道なPRで基礎を築く

——洋菓子業界で県内1位の業績を誇る御社は、創業から30年でその地位を築き上げられました。その創業までの経緯についてお聞かせください。

私は6人兄弟の末っ子として新潟県の三条市に生まれ育ちました。そして1964年（昭和39）の東京五輪の年に集団就職により上京しました。「金の卵」と呼ばれた時代ですね。親に言われるまま、右も左もわからない不安だらけの就職でしたが、今から思うと親には本当に感謝しています。

就職先は、地元出身者が経営する洋菓子の

約3,700アイテムの品揃え! シェリエを代表する洋菓子

バウムクーヘン



選び抜いた素材に、新鮮な卵をふんだんに使用し、熟練された職人により一層一層丹念に焼き上げたバウムクーヘン。昔ながらのタイプ、今話題のソフトタイプ、まわりにアーモンド等ナッツをつけたタイプ、フレーバーも豊富。

クッキー



成型後、冷やし固めて切り分けてから焼き上げた「アイスボックスクッキー」や、生地の中にチョコレートやナッツがたっぷり入った「アメリカンクッキー」、香ばしい生地にアーモンド風味の「ココアクッキー」など、種類も豊富。

ラスク



フランスパンを2度焼きし、サクッとこんがり焼きあげたお馴染みの洋菓子。



専門店様向けの洋菓子詰め合わせ。

半生焼き菓子



●フィナンシェ

食べやすいスティックタイプ。プレーン、チョコ、紅茶、メープルの4種類を用意。



●パウンドケーキ

オレンジ、フルーツ、チョコレートと色々なバリエーションを用意。



●ミニバイクドチーズタルト

コクのあるクリームチーズとタルトの底にはブルーベリーソースが入った人気商品。



●マドレーヌ

焦がしバターでコクを出すのが特徴。フランス菓子の代表としてもお馴染み。



●ダックワーズ

アーモンドをたっぷり使い、カリッとした表面と中のしっとり感がマッチした洋菓子。

製造販売店で、私は主に洋菓子製造に従事していました。今でいう「パティシエ」みたいなものでしょうか。手作業で洋菓子をひとつずつ造るのです。その後、数軒の菓子店で洋菓子造りのスキルを磨きました。

そして5年ほど経験を積んだ頃に、すぐ上の兄が働いていた菓子の製造卸売会社の社長に勧められて、兄と同じ会社で働くことになったのです。小売と卸売の違いはありましたが、同じ洋菓子業界であったことや、パティシエ以外の経験を積みたこともあり、小売業から卸売業に転職したのです。1970年、私は21歳を迎え、日本は高度経済成長期から安定期に入る頃でした。

前職の製造小売店では、多品種の洋菓子を扱っていましたが、転職した製造卸売会社では主に「バウムクーヘン」を扱ってました。在職中は、製造から営業、開発まで一通りの

業務を経験し、設備投資なども任されていましたので、製造機械にも詳しくなりました。

パティシエの仕事は手造りでしたので、職人の腕にかかっていますが、バウムクーヘンは同品質のものをいかに多く製造するか、製造機械をいかに効率よく働かせるかにかかっています。製造卸売会社は、自分の性に合っていたのか、在籍した16年間で多くのことを学ばせていただきました。

——多くの経験を積み、満を持しての独立となるわけですが、創業当初の苦労談などはございますか？

37歳で独立の道を選べたのは、人脈の賜物と思っています。サラリーマン時代は多くの経験を積み、それなりの知識も身につけましたが、何よりも貴重な人脈を得たことが大きかったです。

友人のサポートもあり、1986年に都内の

足立区に工場を兼ねた事務所を構えましたが、資金は退職金だけでは足りず、金融機関から借入れてのスタートでした。取扱商品は培ってきた経験からバウムクーヘン1本に絞り、私が材料を仕込んで機械を回し、近所で募集した5人のパートさんが包装・梱包するという作業の繰り返しでした。

創業当初から数軒の納品先が確保されていたのですが、2年位は資金に余裕はありませんでした。そのような厳しい時に材料費を掛け売りしてくれたり、中古機械を安く卸してくれるなど、周囲の人には本当に助けられました。周囲の方のサポートで独立できたと思っていますので、その方々の期待に応えるためにも「絶対に失敗は許されない、必ず成功させる」という強い思いがありました。

商品をPRするには営業が必須ですが、当時は私一人で何役も担当していましたので、足を運んだ営業活動が儘ならない状況でした。そこで、電話で商品を説明し、洋菓子の小売店や問屋などに商品サンプルを発送するなど、地道なPRに努めました。

そうした積み重ねで少しずつ取引先が増えた頃に、あるデパートの洋菓子売り場に卸していた商品が、ある有名ホテルの営業担当者の目に留まったのです。全国展開しているホテルがブライダル商品として当社のバウムクーヘンを採用してくれたことで、売上も徐々に伸びていったのです。このことが大きな転機になったと思います。

都内から埼玉県へ工場を移転 商品の多様化と販売先の多様化を図る

——創業から一貫してバウムクーヘンにこだわり、そのバウムクーヘンで見事に躍進されたことになりましたね。

創業から4年目を迎える頃には、新しいバウムクーヘンの開発ができる余裕も生まれましたが、私は敢えて新商品の取引先を一問屋に限定しました。一社に限定せずに広く販売

すれば売上にはつながるのですが、それは一時だけで結果的に商品寿命を短くしてしまうと考えたからです。こうして新商品ごとに問屋を変えて専売としたことで、多くの商品が長く愛されるロングセラーとなりました。

その頃には取引先も数十社に増えて、50坪の足立区の工場では、スペース的にも限界を感じていました。しかし、当時はバブル真最中でしたので、都内はもちろん、県内でも工場用地を探すのは一苦労でした。結局、埼玉県内でもバブルの影響が少なかった児玉町に1992年に移転することになりました。新工場は500坪のスペースを確保し、約30人の地元スタッフを採用しました。

——新工場に移転後も商品はバウムクーヘンに絞ったのですか？

種類は増えましたが、基本的にはバウムクーヘン1本で続けていました。しかしバウムクーヘンは、ブライダル市場で扱われることが多く、結婚式が多い春と秋に受注が殺到する季節的な商品ですので、繁忙期と閑散期の落差が大きいのです。商品をバウムクーヘンだけに限定してしまうと、現状の売上は確保できてもそれ以上は伸びないことは明らかで、「いつか頭打ちになるのでは？」「今の状態を続けてよいのか？」と常日頃考えていました。

そんな時、知り合いの原料業者から都内の洋菓子製造業者が廃業するという情報が入り、「クッキーの製造機を買わないか？」と持ち掛けられたのです。工場内にはさまざまな製造機がありましたが、私は機械を見れば何が造れるかわかる程、機械には精通していましたので、一通り確認後、すぐにクッキー製造機の購入を決断しました。実はその段階ではまだクッキーの取引先はなかったのですが、あらゆるクッキーが製造可能だったことと、新品の25分の1という破格を提示されたので、即決しました。

児玉工場にクッキーの製造ラインを確保し

た直後、レストランやカフェなどを全国展開している洋菓子店の訪問を受け、クッキーのOEMを受託することになったのです。これをきっかけに当社のクッキーは評判を呼び、各方面から話をいただくようになり、バウムクーヘンと併せてクッキーなどの焼き菓子も手掛けるようになったのです。

流行りすたりのない定番のバウムクーヘンを扱うブライダルやギフトなどの季節商品のマーケットと、消費者のニーズに合わせた多種多様な商品を展開する洋菓子店やコンビニ、スーパーなどPB商品マーケットの2つの市場でOEMを展開することで、売上は右肩上がりに伸びていきました。

製造業や卸業は契約がいつまでも続くとは限りません。今期の売上が数億あっても、来期はいきなりゼロになる可能性があるのです。それが卸業の宿命かもしれませんが、当社では、経営を安定させ、できるだけリスク

を分散させるため、商品のアイテム数を増やし、販売先を広げるなどの戦略を図ったのです。さらに、製造・卸業から小売も含めた業態を多様化させることも経営の安定化には不可欠なことでした。

業務の多様化、小売業の本格的な展開 「花園フォレスト」開業

——戦略のひとつ、業態の多様化が「花園フォレスト」開業に結びつくのですね。

花園フォレストは、フランスの閑静なシャトーをモチーフに、自家製造の洋菓子やスイーツビュッフェ、パンなどを提供しています。バラの品種をモチーフにした7つの専門店を構え、2階はOEMの工場が併設されています。

経営の安定化はもちろんですが、自社製品を直接販売できるのは、造り手にとっても大きな喜びですし、私の夢でもあったのです。

花とスイーツのお城 花園フォレスト

美味しいスイーツと甘い香りに満たされた「花園フォレスト」では、自慢の逸品、バウムクーヘンを専門に販売している「バウムハウス」をはじめ、ラングドシャ、ラスク等の洋菓子ギフト専門店から和菓子やパン、ケーキまで、各店ともに名パティシエを携え、極上のスイーツが用意されている。また、花園フォレストではバラ園も見事。特にバラの季節には多くの来場者で賑わう観光スポットとなっている。



2008年にオープンした花園フォレストは、まさにその夢を実現する場となりました。

また、スイーツだけでなくガーデンデザイナーが管理する本格的な洋風庭園も花園フォレストの魅力です。特に5～6月のバラの季節には日常を忘れさせてくれるほど見事に咲き誇ります。県内外から多くの方で賑わう観光スポットに成長し、年間200万人近い人が訪れています。

花園フォレストで一番苦労したのは用地の取得でした。関越道花園インターから車で3分という好立地で、幹線道路に面し奥行きも十分な好立地でしたが、地主との交渉に3年を要しました。オープンからまもなく10年を迎える花園フォレストは、当社の戦略の中で「業務の多様化」を推進する直販事業の大きな柱に成長したと自負しています。

——業務の多様化については、花園フォレストの敷地内に隣接されている「花園蕎麦」もま

さにその戦略のひとつと言えますね。

当社の「夢」を異分野で具現化したものが「花園蕎麦」です。また、「業態の多様化」と「商品の多様化」の2つの戦略に沿った事業でもあります。看板商品は、麺状態にした大根を茹で、蕎麦と混ぜ合わせた「大根そば」です。開店当初から、ヘルシーさと食感が絶大な人気を誇っています。一年を通して多くの方から利用いただいておりますが、さっぱりした蕎麦は夏に特に人気が高く、72席ある全席が10回転以上することもあります。

大根はもちろん、ネギや天ぷらなどの野菜も全て地元の農産物を使用しています。つなぎを一切使用しない十割蕎麦は、「打ち立て、茹でたて」にこだわり、ダシや蕎麦汁も自家製造です。私自身、蕎麦が大好きなので、花園蕎麦には徹底したこだわりを持っています。

南国のイタリアンリゾート 「上里カンターレ」を食のテーマパークへ

——オープン間もない「上里カンターレ」は「花園フォレスト」に次ぐ大型施設ですが、施設の特徴や今後の展開などについてお聞かせください。

南イタリアのリゾートホテルをイメージした上里カンターレには、イタリアの家庭の「マンマの味」を楽しめるビュッフェや、多種多様の自慢のスイーツが楽しめるカフェ、焼きたてのベーカリーなどの店舗が揃っています。また、ギフトコーナーには、洋菓子のギフトはもちろん、イタリアンワインや地ビールなども揃えています。そして、クッキングスタジオやバウムクーヘンと焼き菓子の工場が併設されていて、ガラス越しに工場見学もできます。

食事以外にもキッズスペースやリラクスペース、ドッグランなどが併設され、イタリア観光の定番、映画で有名なローマの「真実の口」の実物大レプリカも設置されています。南イタリアのリゾートを思わせる空間

花園蕎麦

花園フォレストの駐車場の一角に構えた「花園蕎麦」は、開業当初から、絶大な人気を得ている。なかでも地元の大根を使用した「大根そば」はその食感とヘルシーさで特に人気が高い。また、小鉢やおにぎり、てんぷらなどのサイドメニューも充実している。この花園蕎麦を目当てに訪れる人やリピーターも多い。



太陽とスイーツのリゾート 上里カンターレ

「カンターレ」は、イタリア語で「歌う」を意味している。自慢のスイーツはもちろん、マンマのイタリアンビュッフェやギフトコーナーも充実。また、南イタリアをテーマにした建物や家族連れで楽しめる施設も併設。今後は隣接の省エネ温室の観光農園も充実させていく予定だ。「上里カンターレ」には、その名の通り、歌いだしたくなるような楽しい空間が多数用意されている。



安心安全なクリーン工場を店内からいつでも見えるように、ガラス越しの工場を併設。



で、家族みんなで訪れて日常生活を忘れて楽しんでもらいたいです。

ここ上里カンターレは、将来的には「食のテーマパーク」にしたいと考えています。現在はビュッフェやスイーツ、カフェがメインとなっていますが、敷地が約6万㎡ありますので、「食と農」をテーマに観光農園にも力を入れ、2020年を目指して整備していく予定です。

現在は、ビニールハウスでのいちご狩りやトマト狩りを楽しむことができますが、今後は少しずつアイテム数を増やして、地元の野菜や果物を育てていきたいと思っています。当社では「大根蕎麦」をはじめ、「深谷ネギ味噌パン」や「花園蜂蜜ロール」など、地元の食材を利用した商品開発も行ってきました。こうした地域の食材を積極的に活用したいと思っています。

更なる投資を行い、 小売り・直販事業の比率の拡大へ

——地産地消の商品がこれからどんどん増えていきそうですね。最後に今後の経営戦略や目標などをお聞かせ願えますか？

今後に限ったことではありませんが、重要なのは、常に「投資」を怠らないことです。機械や工場、施設、そして人財など、常に投資を行うことが大切です。目指すのは商品開発。人間は満足しても必ず飽きる生き物ですので、絶えず新しいものを産み出さなくてはなりません。特に卸売りは小売業と異なり、常に新商品を提案し続けなくてはならないと考えています。それが商品アイテム数に繋がります。小売事業にも繋がるのです。

当社の戦略として、時代の変化に左右されないためにも、多品種に対応できる生産体制

「感動創造型企業」の夢を実現させた高橋博社長と、その夢を引き継ぎ、将来を支える実娘の大畑知美副社長

を築いてきました。バウムクーヘン1種類からスタートしましたが、創業30周年を迎え、現在は約3700種類のアイテムを扱うまでに

なりました。こうしたアイテムを武器に、今後は、現在2割の小売りのウエイトを3割まで上げたいと考えています。

当社にはパートさんも含めて550人近い方が働いています。離職率も低く、中には三世代で働いている方もいる、まさに地域密着型の企業といえます。我々は会社を支えてくれる社員の生活のためにも、会社の継続した安定を図らなくてはなりません。花園フォレストは小売り・直販事業の大きな柱となりましたが、上里カンターレもそれに続く、それ以上の大きな柱に育てていきたいと思っています。



上里カンターレから全国へ発信

シェリエでは、上里カンターレ進出を機に、埼玉県北部一帯の観光・歴史・文化を広く紹介することにより、地域振興の一助となる取組みを推進予定だ。

本庄市は、周辺から出土された「微笑み、笑い、歌い、踊る」埴輪が象徴するように、自然災害も少なく、水と豊かな土壌に囲まれている。上里カンターレ隣の神流川に水辺公園を整備し、地場産食材を使用した芋煮会やBBQなどのイベントを催すことで、地域住民の憩いの場となり、全国から大勢の人が訪れる観光基地として、「食と農のテーマパーク」上里カンターレからさまざまな情報を発信したいと考えている。



株式会社 シェリエ



創 業	1986年8月
資 本 金	3,000万円
売 上 高	グループ全体 83億円 (2016年1月)
従 業 員	550名 (2017年3月現在)
本 社	〒367-0213 本庄市児玉町秋山2683-1
電 話	0495-72-0633
ホームページ	http://www.cherier.co.jp/
取 引 店	本庄支店

特別クーポン券

使用期限
2017年
8月末日

花とスイーツのお城 **花園フォレスト** ビュッフェ・バイキング
ピエール・ド・ロンサール
価格は全て税込

通常 大 人	1,300円	→	1,100円
(中学生以上)			
通常 小 学 生	900円	→	800円
通常 3歳~ 小学生未満	540円	→	500円

・1組5名様までご利用が可能です。

深谷市小前田417 ☎0120-41-2771

特別クーポン券

使用期限
2017年
8月末日

太陽とスイーツのリゾート **上里カンターレ**

イタリアンビュッフェ
アマルフィ

価格は全て税込

通常 大 人	1,800円	→	1,500円
(中学生以上)			
通常 シニア	1,600円	→	1,400円
(65歳以上)			
通常 小 学 生	1,080円	→	900円
通常 3歳~ 小学生未満	540円	→	500円

・1組5名様までご利用が可能です。・シニアの方は年齢の証明できるものを提示願います。

児玉郡上里町勅使河原1002 ☎0120-643-388