

道経連会報

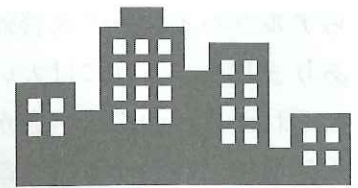
Hokkaido
Economic Federation

- 経済施策説明Ⅰ「フードバレー
とかちの取り組み」
- 経済施策説明Ⅱ「十勝川西長い
も～先達のお思いが40年を経た
今、開花」

2013 **5・6**
May June

泰山北斗～会員企業探訪記～

※泰山北斗：その道の大家として仰ぎ尊ばれる人。または、学問・芸術など、ある分野の権威・第一人者のたとえ



道経連事務局員が、会員企業を訪問し、同社の「今」をお伝えするこのコーナー。

今回は、ラーメンスープ「華味」や「成吉思汗のたれ」、最近ではスープカレーなど、道産子のソウルフードという分野でヒット商品を産み出しているベル食品株式会社を訪問し、同社のこれまでの歩みや経営環境・課題、企業姿勢、将来展望などについて、福山恵太郎社長にお話を伺いました。

【ベル食品株式会社 会社概要】

- ・設立 昭和33（1958）年3月
- ・資本金 4億8,525万円
- ・代表者 代表取締役社長 福山 恵太郎
- ・社員数 200名（パート含む）
- ・所在地 札幌市西区二十四軒3条7丁目南3番35号



代表取締役社長
福山 恵太郎

Q. 御社の沿革をお聞かせ下さい。

A. 当社は昭和22年北大農学部OB7人によって、北共化学株式会社として創設されました。今でいう、ベンチャー企業です。

若い創業者たちの「社会が真に求める価値ある食品を新しく生み出す」という高い志のもと、昭和29年にラーメンスープ「華味」、30年にそばつゆ「つゆの華」、31年に「成吉思汗のたれ」を次々に発売しました。

しかし、東京進出の事業拡大が時期尚早であったことと、ジンギスカンという食文化が北海道にまだまだ根付いていなかったことなどから、昭和33年、倒産寸前の状況になり、札幌信用金庫さんなどから支援を受ける形で、株式会社ベル食

品を設立し、現在のベル食品株式会社に至っています。

Q. ベル食品に入られたのはいつですか？また、社長に就任されたのはいつですか？

A. 昭和50年12月にベル食品に入社しました。

昭和46年4月、大学を卒業後、広島の東洋工業に入社して、中近東などで車の部品などを売る業務に携わっていましたが、当時ベル食品の取締役相談役をしていた父から声がかかり、ベル食品に入ることになったのです。

近い将来、父が社長になると思われましたので、その片腕として働くこと、さらには、社長の後を継ぐことになるという意識を、既に持っていました。

入社当時の状況は、当社の伝統そのものというべきもので、製造部門が重視され、営業や経理といった部門は東京からくるコンサルタントに任せきりというものでした。

昭和59年に父、福山達彦が第5代社長になり、営業と開発・製造の両部門が連携し、市場ニーズに迅速に対応できる体制へと作り変えることになりました。

私は、将来の弊社を背負って立つ若い人たちと一緒にあって、その経営方針の実現に努めました。今、彼らは私の片腕となって、中枢で活躍しております。

そして、社長になるまで、仕入れ、企画、営業と技術関係以外の実務はほとんど一通り経験しました。ですから、社長になっても戸惑うことはありませんでした。

平成5年に社長になり、父の経営方針を引き継ぎ、「社員の全員経営」で会社を運営するというをより具体化するため、主任以上に決算書や予算計画を公開し、情報を共有するとともに透明性を高めることにしました。

また、人材育成にも力を入れてきました。



福山社長インタビュー風景 1



ベル食品社屋

研修制度の創設や賃金体系の見直し、働く意欲が持てる、仕事による人間の成長が得られるといった状況が作り出せるよう努めてきました。

Q. 現在の御社を取り巻く状況について、課題や方針なども含めお聞かせください。

A. 大手は、“アベノミックス”の恩恵を受けるのですが、円安は原材料やエネルギーのコスト増を招き、中小企業にとってたいへん厳しい状況になっています。

その中で、安心、安全な食品を北海道に徹底的にこだわりながら、皆様に提供していくことが弊社の方針です。

従来より運用していた生産管理システムを、原料入荷から計量及び投入までを一環して管理することにより、製品に使用された原料をロット単位で迅速に確認できるトレーサビリティ・システムにバージョンアップし、2010年に、ISO 22000：2005を認証取得しました。

ベルブランドに対して、お客様に常に信頼感を持って頂くためにベストを尽くすこと、その証の一つとしてこの認証を



福山社長インタビュー風景 2 (ISO認証)

取り、弛まぬ緊張感のもとで、品質管理に日々努めております。

私たちが目指しているものは創業以来一貫して変わりません。

北海道の原材料を使い、加工し、北海道の皆さまそれぞれの家庭での料理方法、おいしさを提案し、それが北海道の食文化として定着していくことです。

札幌ラーメン、ジンギスカンをはじめ、ラーメンサラダ、スープカレー、豚丼などバリエーション豊かな製品の開発と提案普及を図ってきましたが、今後とも北海道の風土に根付いた食の付加価値をさらに高めて、全国のファンを増やしていきたい、そうした志がベル食品のコア事業をなしています。

Q. 御社のモットー、「社是」などをお聞かせ下さい。

A. 経営理念は「全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、職業を通じて自分たちの住んでいる地域社会に貢献しよう。」というものです。具体的には、

1. 消費者ニーズに適応した付加価値の高い安心・安全な調味料、食品等の開

発と生産

2. 共に助け合い、信頼関係の築ける社員と家庭の生活の安全と向上
 3. 合理的経営による適正利潤の確保と、正しい納税で社会的責任の遂行
 4. 技能的社員共育で企業力を高め、人間的共育で立派な社会人を育成
- というものです。

4番目にある「共育」とは、「教えて育てる」ということから、「経営者と従業員がともに成長を目指す。」という意味を込めています。

この理念は、先代の社長である父が作ったものを、私が今の時代に合うようアレンジしました。特に、「全従業員の物心両面の幸福を追求する」という文言は、稲盛和夫氏が塾長を務める盛和塾で学んだことです。

Q. 最後に、御社のめざすもの、将来展望などについてお聞かせください。

A. ベル食品の原点は戦後間もない時代、中国大陸や南方の戦線から帰還してきた若者たちの挑戦に始まります。

彼らは、まだ贅沢だったラーメンが家庭で手軽に食べられるように、それまで



成吉思汗のたれ 工場ライン



福山社長インタビュー風景 3

一部の愛好者のものだったジンギスカンが道内に広く定着するように、並々ならぬ技術開発の情熱を傾け、大志を抱いたのです。

道民のソウルフードとも言えるこの食

文化を広め、家庭に定着させたパイオニアとして、私たちベル食品は高い誇りと大きな責任を持っております。

北海道の大地の恵みである食材を、もっと美味しく、楽しく家庭で味わって頂きたい。毎日の食卓に北海道が生んだ山海の幸がさりげなく豊かに並んでいる。そんなシーンが私たちベル食品の目指す食生活のひとコマです。

そして、「フード特区」の仕組みを活用しながら、これまで以上に海外へ活動の場を広げていこうと考えています。北海道にこだわった食文化を基本に、日々の研究・開発によって食材に磨きをかけ、世界のお客様の元に「美味しく、楽しい食の感動」をお届けできるよう付加価値を高める挑戦を続けていきたいと考えています。

取扱商品

家庭用



業務用

