

スーパーや飲食店向けの冷凍  
とんかつなどを製造販売するキ  
ンセイ食品(横浜市)は、手が  
ける製品のほとんどを上野原工  
場(上野原市上野原)で製造し  
ている。総菜用のとんかつの売  
り上げは全国トップクラスとな

# ビジネス リーダー に聞く

ついで、加藤貴司社長は「販  
路拡大を進め、数年後には現在  
の2倍となる年商100億円を  
目指したい」と力強く語る。

―業況は。

「冷凍のとんかつを月に40  
0万枚から500万枚製造して

## キンセイ食品(横浜) 加藤貴司社長



かとう・たかしさん 都内の  
工業高を卒業した後、倉庫業の  
営業を経てキンセイ食品に入  
社。長く製造の現場を担当した。  
2017年から現職。50歳。

愛読書 釣り雑誌

趣味 磯釣り

影響を受けた人 稲盛和夫さ  
ん。経営姿勢だけでなく、男気  
があるところも尊敬している

# とんかつ 手作りの品質で

いる。上野原工場は製品の8割  
を手がける主力工場で、約80人  
の従業員は地元採用だ。冷凍食  
品の総菜は『ブランド名』とい  
うパッケージがない分、味がダ  
イレクトに評価される。だから  
こそ本場においておいしいものを作れ

ば買ってもらえる。目指してい  
る。総菜のとんかつは「遅く帰っ  
てくるお父さん向け」など、限  
定して買われることが多い。そ  
こで揚げたての水分量を維持す  
る製造方法を考案し、「揚げて  
から4時間後が一番おいしいと  
んかつ」を商品化した。これまで

スーパーが主要な取引先だった  
が、ゴルフ場や温泉施設など、  
これまで自社で作っていたこと  
からの受注が増えている」

「現在、AI(人工知能)カ  
メラを導入する準備を進めてい  
る。とんかつの表面を500万  
分の1に細分化して、大きさの  
ずれを判定し、形の補正が必要  
なものだけ手作業で整える。と

「国内でのシェア拡大と同時  
に、海外展開も視野に入れてい  
る。とんかつは外国人にも人気  
がある。将来的にはかつサンド  
などに加工して輸出を目指した  
い。人口減少で胃袋の数は減る  
が、嗜好性の高い食品の需要は  
今後も伸びると見込んでいる。  
食品業界の未来は明るい」

### 転換点

上野原工場を  
設けた2010  
年ごろ、下請け  
からの脱却にか  
じを切った。長年、取引先が  
開発した商品を製造するスタ  
イルだったが、それだどう  
しても売価が上げられない点  
が課題だった。  
自社がメーカーの立場にな

ることに、こだわったも  
のづくりができるようになった。  
現在はとんかつを出荷する  
際、緩衝材に包んでいる。そ  
のよう工夫が価格に転嫁  
できるのはメーカーだからこ  
そ。今後も納入先とタイアッ  
プしながら、おいしさを追求  
していきたい。

「今後の展望は。  
「中途採用だけでなく高卒の  
採用も積極的に行っている。下  
請けではなくメーカーとなった  
ことで、商品開発もできるよう  
になった。自分自身、高卒で、  
長年、製造の現場で技術を磨い  
た。技術を身に付けることで、  
高卒でも大卒に負けないくらい  
やりがいのある仕事ができる  
ということを若い人に伝えたい  
し、その仕事を提供できる会社  
でありたい」

「聞き手・渡辺真紗美」  
〓 次回は13日に掲載します。