

“Pettie glace” にみる地域活性

～ 小さなアイスクリーム屋の挑戦 ～

1150432 武内 安奈

高知工科大学マネジメント学部

1. はじめに

近年、高知県では、自治体を中心に県民が一丸となって“地域活性”というテーマの元で様々な取り組みを行っている。ただ私は、大学入学前までは、地域活性とは行政中心に行われているイメージを抱いていた。しかし、本学での授業やインターンシップを通してその考え方も今では大きく変わっていった。

ところで私は“Pettie glace”という高知市内にあるアイスクリーム屋でアルバイトしている。そこで、創業者の前田泰史氏と出会い、この小さなお店が高知県の地域活性を積極的に考え、実践していることを知った。それゆえ、前田氏を中心とする販売スタッフが地域活性に取り組んでいる姿を見て、なぜ“地域活性”というテーマを掲げているのか、具体的にどんな取り組みをしているのか、小さなお店だからこそ出来る地域活性とは何か、ということに深い関心を抱いた。

2. 論考手順

本論の目的として、高知県にある小さなアイスクリーム屋が高知県の地域活性になぜ積極的に取り組むのか考察していきたい。その際、前田氏を“地域起業家”と位置づけして評価をするとともに、“Pettie glace”の創業当手を振り返りながら、地域活性を実践している内容を前田氏へのインタビューを通して明らかにしていく。

3. “Pettie glace”の地域活性の取り組み

3.1 会社概要

“Pettie glace”は、“café du glace”の後に販売部門を分離してできた店である。

“café du glace”とは、前田氏が、「高知の人々に本当に美味しいアイスクリームを食べてもらいたい」という思いで、2007年5月、高知市本町二丁目に“アイスクリーム製造、菓子製造、カフェ併設の飲食店”としてオープンした。

当初は前田氏の知人が訪れ、次第に地域住民に“おいしいアイスクリームがある”と有名になり、リピーターが増えて

いくこととなった。しかし、店の認知度が高まるにつれ、前田氏自らが出張販売をする機会が増えた。出張販売に行くということは、店を閉めていかなければいけない状況であった。不定休のために店に来る客も少なくなり、次第に規模と売上のバランスを考えれば採算が合わない状況になった。そこで、2011年に経営規模の縮小を決断し、さらに“café du glace”の製造を効率良く行うために製造部門と販売部門に分社化した。同年4月に製造部門を高知市春野町に移転、同年10月にフジグラン高知店の一階フードコートに販売部門をオープンした。この時に“Pettie glace”に店名を変えた。

経営理念は、「一隅を照らす」である。理由は、わたしたち、“Pettie glace”があることで、一緒に働く従業員、近所の皆様、フジグランの皆様に、「本当に”Pettie glace”があっよかった。」と思ってもらえるよう、幸せになってもらえるよう努力し続けることである。なお、現在の“Pettie glace”は、オーナーグラシエ・前田泰史氏、代表・畠中淳子、そして従業員数5人から成り立っている。

一般的に、アイスクリームは食品衛生法に基づく「乳及び乳製品の成分規格に関する省令」と「食品、添加物等の規格基準」の2つの法令によって4つに区分されている。

- ・アイスクリーム（乳固形分 15%以上、低脂肪 8%以上）
- ・アイスミルク（乳固形分 10%以上、低脂肪 3%以上）
- ・ラクトアイス（乳固形分 3%以上）
- ・氷菓

前田氏が客に提供しているのは、“プレミアムアイスクリーム”である。プレミアムアイスクリームは、乳固形分 20%以上、低脂肪 12%以上で非常に濃厚な味わいでありながら後味がさっぱりしている。

以下が Pettie glace の代表的な商品である。

- ・プレミアムアイスクリーム（S,M,L の3つのサイズがあり、全て一段盛り、二段盛り、三段盛りを提供）
- ・プチ・グラス（Sサイズよりも小さいサイズでスタッフ

が選んだ6種類のプレミアムアイスクリームを提供)

- ・ソフトクリーム (バニラ、チョコ、ミックス味を提供)
- ・ソフトクリームエスプレッソ (バニラのソフトクリーム

に暖かいエスプレッソをかけている)

- ・アイスクリームケーキ

- ・Hot コーヒー

- ・Ice コーヒー

(コーヒー類は共に種類豊富)

- ・オレンジジュース、

- ・ゆずサイダー

- ・ジンジャエール (Hot/Ice) である。

3.2 創業者・前田泰史氏について

創業者の前田氏は、生まれも育ちも高知県で今日まで高知を離れて生活したことがない。生粋の高知県民である。グラシエ (アイスクリーム職人) になる前は、一般的なサラリーマンで営業を務めていた。この当時のことを前田氏は以下のように振り返っている。

「サラリーマン時代は、何も考えずただ時間が過ぎていくだけであった。だんだん、このまま人生流されて年を取っていいのだろうか。つまらない人生を送り続けていくのだろうか。と思いながら日々過ごしていた。そんな時に、クライアントである洋菓子店のオーナーと出会った。いわゆる洋菓子職人である。オーナーの目を輝かせている姿を見て、本当に美味しいものを作る人はこんなに目を輝かせながら仕事をするのか。自分も目を輝かせて仕事をしたいと強く思い、脱サラを決意し、オーナーの弟子入りを志願した。」

つまり、何の目的もなく生活し、ただ時間が流れていく日常がつまらなかったのだ。そのような時に、クライアント先の洋菓子職人との出会いが前田氏にとって衝撃的であり、サラリーマン時代には夢にも思わなかったアイスクリーム職人という道に導かれた。アイスクリーム職人という選択に至ったのも前田氏は運命だと言っている。

「アイスクリーム職人という道に導いてくれたのは洋菓子店のオーナーだ。彼は、私に気を遣い、“一人で黙々と研究できるのはアイスクリームしかない。本当においしいと思うアイスクリームを研究しなさい” と言ってくれたからだ。ゆえに、“上質な味わいのアイスクリームを作りたいと決意した。” この思い一筋で10年間研究を重ねたレシピ、こだわりの原材料、独自の製法をあみだし、完成させた味がプレミアムア

イスクリームである。この10年間で日本全国、世界各国のアイスクリームを食べ歩き、本来のアイスクリームのおいしさを追求していった。プレミアムアイスクリームを完成させた後、本場フランスへ一人で修業に行き、更に味に磨きをかけたのだ。そして、“自分の生まれたこの高知県のために恩返しとして、高知県産のアイスクリームを作り、県内の客にはもちろん、全国の客、そして世界へ発信していきたい” という目標を掲げ、自分の店を2007年高知市内にオープンさせた。“高知県のために” という思いで立ち上げた前田氏はいわゆる“地域起業家” である。「緑の分権」(著 玉沖仁美) によれば地域起業家の定義は以下の通りである。

「地域起業家とは、地域活動をするうえで最も必要なリーダーのことである。地域に求められる人材像として、①個性あふれる多様な才能や能力とやる気を持つ人材、②地域を良くしたいという情熱と信念を持ち、地域住民のさまざまな意見を引き出し、まとめていけるようなリーダーの役割を果たす人材、③能力、世代などが多種多様で主体的に活動でき、中間管理職的な役割を担うことができるようなリーダーを支える人材 (フォロワー) が必要であるとされている。リーダーの役割を果たす人材、つまり地域起業家は、上から目線ではなく、下からサポートして世話役的な役割を果たすことができる能力が求められるとともに、高いコミュニケーション力や信頼関係を構築する力、行政の力を上手に引き出しながら連携していく力、公益を重視する意識とビジネス感覚、感動と共感のネットワークに多くの人を巻き込んでいく力が重要である。」

前田氏の行っている活動すべてにおいて地域起業家の役割を果たしているといえる。販売スタッフに自分の高知県の思いを共有することを徹底しており、それを全員で確認し合っている。誰か一人でも分からない場合は、前田氏を含め、お互いに助け合っている。これは前田氏が販売スタッフ全員に質問しやすい環境を作っているからだといえる。近年では、企業内同士でなかなか意思疎通が出来ていないケースがある。このような問題に直面していないのは小さな店の特徴である。

3.3 高知県の特産物を使った無添加アイスクリーム作り

Pettie glace は高知県の特産物を使った無添加プレミアムアイスクリーム作りに力を入れている。きっかけは、2009年に“高知県の素材を生かした無添加プレミアムアイスクリ

ーム製造”が高知県に認められ、「経営革新」の承認を受けた。経営革新とは、「高知県が『中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律』に基づき、新しい事業活動に取り組む中小企業を支援するための承認」である。前田氏の取り組みは、経営革新の承認を受けたことによって高知県産シリーズにさらに磨きがかかり、加速していった。なお、高知県産シリーズの種類はいちご、みかん、やまもも、新高梨、土佐マンゴー、ゆず、小夏、文旦、四万十栗、柿、しゅりたま、フルーツマト、バジル、しょうが、にんじんがあげられる。

この活動は、Pettie glace の行っている地域活性化だと前田氏は言う。前田氏はこの高知県産シリーズの取り組みについて以下のように述べている。

「私は、この自分が生まれ育った高知県が好きだ。だからこそ、この高知県に恩返ししたい。高知県のものを、ここ高知県で作り、高知県で売り出す。そして、この高知県から日本中に“Pettie glace”のプレミアムアイスクリームを発信していきたい。」

つまり、前田氏はこの高知県産シリーズを作り続け、それを発信していくことが高知県の地域活性につながると考えている。高知県産シリーズのプレミアムアイスクリームは、高知県の素材の味をそのまま生かしているため、一般客だけでなく、県外からも“Pettie glace”のアイスクリームを求めて買いに来るほどである。

2014年11月には、「しゅりたまアイス」が「コラボグランプリ 高知ツアー2014」というイベントでグランプリを獲得した。コラボグランプリとは、“地方活性化のプロジェクト、坂本龍馬の故郷から世界に飛び出す事業家を応援する”というキャッチコピーで、地方の第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者がコラボレーション（協業）の力で、新商品を開発する。イベントの審査は、一般の参加者を募集し、審査してもらう。イベントは、2012年に開催されたこのイベントは、大成功を収め、その様子は日経ビジネスの知的交配特集で取り上げられた程である。「しゅりたまアイス」とは、前田氏と高知県三原村のたまごの生産者・藤田守氏の思いが凝縮した商品である。藤田守氏の作る卵のこだわりは、“100匹のたまごから100匹のひよこにかえる”たまご作りである。これは、生産者の藤田氏が、自分の大切な人、つまり、自分の奥さん、子どもには安心、安全なものを食べさせたいという思いで作っている。創業者・前田氏と共通している思いであ

る。前田氏のプレミアムアイスクリーム作りも“大切な人には本当に良いものを”というこだわりがある。お互い商品に対する思いに惹かれあった。しゅりたまアイスは、Pettie glace の中でも人気商品となっている。

3.4 人材育成

Pettie glace の地域活性の取り組みとして二つ目に“人材育成”に力を入れていることがあげられる。この人材育成について前田氏は以下のことがあげられる。

「このビジネスは継続してはいるが、本当に地域に貢献出来ているのか。10年後、20年後、自分が作った味をそのまま作れる人はいるのだろうか。と思う。そのためには、人材育成が必要だと考えている。」

これは、前田氏が2012～2013年に受講していた高知大学土佐フードビジネスクリエイター人材創出事業（以下土佐FBC）が基盤となっている。この土佐FBCの目的は以下の通りである。

「高知県は特徴的な農産物が生産されている。しかし、素材である農産物や水産物を加工する食品加工業の生産額が農業生産額よりも低いという現状がある。この現状を打破するためには、農水産物を加工して高い付加価値の上乗せを実現する食品産業の担い手に加え、素材として付加価値の高い農水産物を生産する一次産業従業者も求められている。さらにその流通や販売を市場のニーズに照らして、適切にコントロール出来る人材も必要とされる。このような地域的な特性を鑑み、地域における食品産業の振興に必要とされる中核人材をこの高知県で育成することを目的としている。」

この土佐FBCを受講する前までは前田氏は人材育成ということに関心がなかった。その理由について以下のように語っている。

「土佐FBCを受講するまでは、生涯現役を貫こうと考えていた。なぜなら、自分でアイスクリームを作って、自分で売る。ということが可能だと思っていたからだ。しかし、それでは、自分で完成させたこの味は自分がいなくなればこの世に残らないと土佐FBCを受講して一番感じた。経営者として情けない話ではあるがこれが現実である。受講したことがきっかけで、自分の完成させた味を何年後も残していきたいと強く思うようになった。」

受講がきっかけで、前田氏は自分の持っているスキル、ノウハウ、コミュニケーション力全てを後世に正しい日本語で

伝えていくことを徹底的に行っている。その例として、現従業員の一人が前田氏のこの思いに感化され、前田氏の味を引き継ぐべく日々取り組んでいる。どうして前田氏の思いを引き継いだのか従業員にインタビューした。内容は以下の通りである。

「最初は、正社員として応募したのではなく、本当に軽い気持ちだった。当時の志望動機は、家から近く新しくオープンする店というのに魅かれたから。それがなぜ今に至るかという、面接時に聞いた創業者である前田氏の“本当に大切な人にこの味を知ってもらいたい。そして、この高知県の発展のためにこのアイスクリームを売りたい”という思いに感動したから。実際に一緒に働くと家族のように接してくれる。そのためにも前田氏のためにも恩返ししたい。」

つまり、前田氏は自分の考えを共有させ、次世代へと味の伝承をすることに成功しつつある。

4.結論

地域の課題を考え、それをどのように解決していくのかを考え実践していくというのが地域活性の本質である。つまり、前田氏の行っている地域活性とは、高知県の課題を意識しており、その解決に向かって積極的に取り組むことがある。

その成果として、コラボグランプリでグランプリを獲得しており、また多くの人々にプレミアムアイスクリームが認知されるようになった。チェーン店のように莫大な広告費がない。だが、小さな店だからこそ、スタッフ同士が前田氏の思いを共有し、自ら率先して、身近な人たちから“Pettie glace”のアイスクリームを食べてもらえるようにプロモーション活動を展開している。

また、人材育成の結果として従業員の一人が土佐 FBC に通い、地域活性に取り組むために学んでいる。従業員に同じ目的を持たせたという点も前田氏の信頼があるからではないだろうか。ただし信頼関係を築くのは簡単なことではない。日頃の行い、販売スタッフへの気遣いがあるからであろう。

小さな積み重ねこそが地域活性における第一歩であり、努力を惜しまないことが大前提である。なぜなら、一気に結果がついてくることは不可能に近いことだからだ。前田氏もそうである。自分の追い求め続けたアイスクリームの味は 10 年かけて完成させた。また、自分が納得する味でも、万人に認められなければ、地域活性の第一歩とはならない。そのためには、やはり、客だけでなくスタッフや仕入先そして地域

住民から「信頼」を得ないといけない。信頼を得る人間こそが地域活性においても、ビジネスにおいても必要不可欠なことだと私は考える。

また、前田氏が“地域起業家”として評価すべき点として、十分に地域起業家の役割を果たしていることである。最初は、“美味しいアイスクリームを作りたい”という思いで 10 年も研究し続けた。それが次第に“自分を育ててくれた高知県に恩返ししていきたい”“高知県の発展のために”という強い情熱と信念を持ち続けるようになった。その結果、高知県で“高知県の素材を生かした無添加プレミアムアイスクリームを製造”が認められた。

それだけでなく、販売スタッフ同士の連携を常に大事にしている。それは、前田氏が率先して話し合いの場を設け、一人ひとりの意見を上手く聞き出し、それらを共有することを徹底的に行なっていることからいえる。客に対して、最高の接客をしたいからだ。しかし、大型チェーン店のように、接客のマニュアルはない。理由は、客に対して販売スタッフが身近な存在であることを示したいという前田氏のこだわりがあるからだ。ゆえに親近感を持ってもらえる店でありたいからだ。マニュアルがあれば、それを見せるだけで終わりだが、マニュアルがない分、前田氏を含めた販売スタッフとの話し合いはとて充実している。そして、全員が意見を言える雰囲気を作ってくれる。このような人柄だから、販売スタッフは前田氏の“高知県の地域活性”に対する気持ちに次第に“ついていきたい”“自分もこうなりたい”と思うのである。誰からも慕われる人間というのは、一人ひとりの個性を大事にし、魅力を見つけ、その魅力を最大限に活用できる人間なのだといえる。

参考文献

- [1] 地域をプロデュースする仕事 玉沖仁美
- [2] 地域を経営する 海野進
- [3] 緑の分権改革 椎川忍
- [4] café du glace HP <http://www.cafeduglace.net/>
- [5] 土佐 FBC HP <http://www.ckkc.kochi-u.ac.jp/~ckkc0001/tosafbc/>
- [6] コラボグランプリ 高知ツアー [HPhttp://nippontakaramono.wix.com/collabo#!works/c10g1](http://nippontakaramono.wix.com/collabo#!works/c10g1)
- [7] 日本アイスクリーム協会 [HPhttps://www.icecream.or.jp/](https://www.icecream.or.jp/)