

今、キーパーソンが考えていること

今回のキーパーソン

第1回かわさきSDGs大賞受賞企業 おつけもの慶

川崎で活躍する企業や地域のキーパーソンに今考えていることと見据える未来を聞くインタビュー記事。今回は、「かわさきSDGs大賞」が今年度初開催されたことに合わせ、第1回大賞に輝いた「おつけもの慶」の皆様、取り組みやビジョンを聞きました。



取締役祭事隊長 おつけもの研究家 渥美 朱美 様
代表取締役社長 渥美 和幸 様
プロジェクトマネージャー 伊藤 泰介 様

○キーパーソン おつけもの慶

「健康で美味しいライフスタイルの追求」をコンセプトに作る地産地消キムチは「2018かわさき名産品」「2019かながわの名産100選」に選ばれ、人気商品は数か月待ちの状態になる時も。2022年に第1回かわさきSDGs大賞受賞。
【本社工場】川崎市川崎区大島上町18-1 【ウェブサイト】<https://kei-kimuchi.jp/>

1 誕生から有名になるまで

— おつけもの慶はどのように誕生したのですか。

渥美(和) 私はもともと青果店を営んでいました。周辺の地域特性としてキムチを食べる文化があったのですが、だんだん人も減っていき、このままだと文化自体が衰退・消滅すると感じていました。なくなるなら自分で作ろうと人気焼肉店の職人と組んで一念発起し、19年前に店を立ち上げました。

ところが、始めて見ると味には自信がりましたが、なかなか売れない。とにかく知ってもらえないと始まらないと考え、話題の店に通っては、店のコピーや商品名をひたすら考えました。「川崎で話題のお店」というコピーを出してタウンニュースに掲載されたところ、お客様が少しずつ話題にしてくれるようになりました。その後、「年間30トン売れる白菜キムチ」というコピーも打ち出しました。実は年間30トンって大した量ではないのですが、何だかすごそうじゃないですか(笑)。そうしていくうちに少しずつ状況が変わっていきました。

2 おつけもの慶にとってのSDGs

— 今回、御社の地域社会への貢献が評価されSDGs大賞を受賞されました。

渥美(和) 私は日本人ですが、もともと従業員に在



日コリアンをはじめとする外国人や高齢者が多く、環境が「多様性」に満ちていました。また、商品のシール貼りを以前は私が自らやっていたのですが、作業が速いわけではない。誰かにやってほしいと考えていたところ、近所に障害者施設があったので相談したところ、先方も仕事を探していたようですぐに協力していただけました。このように、自分としては社会貢献したいから何かに取り組むという意識ではなく、目の前の課題を一つ一つクリアしてきて今があるという感覚です。

— 他にはどのような取組をされたのですか。

渥美(和) 商品が売れると生産量が増え、それに比例してプラスチック包装材の量も増え、ストックしておくための場所が必要になりました。どうかしたいと考えていた時に植物由来の脱プラスチック包装材が世に出てきたので、バイオマス配合のエコパックの使用や、さらにパックをやめて袋に切り替

えるなど取り組みを進めました。販売担当は大変だったと思います。

— お客様の反応はどのようなものでしたか。

渥美(和) 最初は「え？容器に入っていないの？」「人にあげるのに見栄えが悪いから容器に入れて」などの声をいただきました。それでも丁寧に説明し続けたところ、お客様は理解してくれました。そのうち時代も変わり、今ではこれが当たり前だと思われるようになりました。現在は市内企業（タカツクラブ）に協力していただき、キムチ専用の詰め替え容器も開発し、容器を持ってきていただければキムチを20%増しで提供することも始めました。



キムチ専用容器

— 白菜の廃材を横浜市立野毛山動物園に無償提供されているとも伺いました。

渥美(和) 加工食品は、売れば売れるほど食品ロスも増えていく。私は農家の産地へ出向くことも多いので、廃棄するときはその方たちの顔が浮かんできて忍びなくなる。廃棄にお金もかかるので、どうにか利用できないかと考え、動物園への配送を思いつきました。

— 京急川崎駅に設置してあるキムチ自販機やアゼリアの「地産地消自販機」も人気ですね。

渥美(和) あの自販機は、本当は自社内に置こうと思っていたのです。

渥美(朱) 私が間違えて大きすぎるサイズの自販機

を注文してしまった（笑）。

渥美(和) 半年くらい倉庫で眠っていたのですが、京急さんに相談したところ置いていただけることに。京急ラベルをつけてもらい、全国初のエキナカキムチ自販機になりました（笑）。

地産地消自販機はそのアイデアを川崎名産品に拡大したものです。当社は食品ロスゼロを目指していますから、次は冷凍食品の地産地消自販機を設置し、川崎初の駅弁を売りたいと思っています。



京急川崎駅に設置された全国初のキムチ自販機

— お話を聞いていると、とても自然な形でSDGsを実践されているのがわかります。

渥美(和) 社会貢献といっても、企業が1社でそんなに大したことはできないと考えています。SDGsを実践しよう、と思って始めるのではなく、自社でやろうとしていることがSDGsという看板によってやりやすくなっているイメージです。

伊藤 今回も、賞を目指すというよりは、普段から自社で取り組んでいることを改めて社員やお客様に報告しようという気持ちで応募しました。

3

見据える未来

— これからの目標を教えてください。

渥美(和) カレーやラーメンと同じようにキムチも日本で独自の発展を遂げました。私としてはキムチを日本の文化として世界に広めたい。これから川崎市の支援を受けてシンガポールに販路を拡大し、「川崎から世界へ」を目指しています。他の企業とも一緒に、キムチを「川崎名物」にするのが目標です。こうした取り組みを通じて地元で様々な国籍の方が仲良くつながっていく姿が理想像です。