

65  
SAGA SAIKO  
COMPANY PROFILE



農業・林業・漁業

ええのうかー

## A-noker株式会社

最新の技術でアスパラ作り  
佐賀の農業を盛り上げる



### ソトモノ農家の挑戦

一流シェフもうならせる、筋までおいしいという味のあるアスパラガスをブランディングし、“森のアスパラ”として栽培・販売を行っているA-noker。これからの農業ベンチャー企業として平成30年（2018年）12月に会社を設立しました。「平成25年（2013年）に太良町でアスパラ農家としてスタートしました。試行錯誤を重ね、4年がかりでようやく森のアスパラにたどり着きました」と安東代表。

その後は、収穫ロボットの導入、AI※を活用した環境制御装置や栽培予測などで省力化、効率化を行い、最先端の農業を行ってきました。

### 佐賀の農業を再興する

「自分たちの家族経営だけで今の品質を維持できる限界は3,000㎡。もっとおい

しいアスパラを作れる仲間を増やしたいと考えました。そこで自分たちの栽培から販売までのノウハウを教えるために法人化して、仲間を作ることができる移住者・就農者の受け入れと研修プログラムを作りました。国内には、農業に就きたいけどどうしていいかわからないという就農希望者は多く、農家目線でアグリビジネスが成功した事例は少ないので、そこにビジネスチャンスがあると感じています」と安東代表。

同社は、今後の事業として、移住者のために農地やアスパラの販路の紹介、さらにはブランディングのノウハウの提供までも予定しています。

同社のビジネスモデルは、稼げる農家を増やす仕組みをつくることです。アスパラだけでなく、農作物に高付加価値をつけるノウハウを他の農作物などにも応用し、他の農家にも役に立てる仕組みづくりが目標です。「おいしい農作物を作る農家さんは

他にもたくさんいらっしゃるから、そこを発掘し、農業全体の所得の向上につなげたい。私たちは農業に困った人の問題解決に取り組んでいきます」と安東代表。

“農業は稼げる、かっこいい”ということを発信し、子どもたちの将来の夢に農業を選んでもらうことを目指して安東代表の挑戦は続きます。



※AI：人工知能のこと



代表取締役  
あんどう こうたろう  
安東 浩太郎

高く評価されている  
“森のアスパラ”



## A-noker株式会社

☎ 090-9564-1143

[所] 藤津郡太良町大字大浦己701

[設立] 平成30年（2018年）

[従業員] 4名

[HP] <https://a-noker.com/>

### ポイント



A-nokerの“森のアスパラ”は、ミネラルが豊富で、うま味を感じるアミノ酸の含有量が多く、筋までおいしいことが特長で、有名シェフにも評価されるようになりました。また、収穫ロボットを導入して、生産性の向上を図りつつ、品質の高いものづくりを行っています。

66



農業・林業・漁業

SAGA SAIKO  
COMPANY PROFILE

## 農業生産法人 グレイスファーム 株式会社

6次産業化で  
キクラゲの可能性を探求



### 白いキクラゲとの出会い

キクラゲの栽培と加工販売を行っているグレイスファーム。白いキクラゲ“白美茸”<sup>はくびたけ</sup>の周年栽培に成功し、関西・関東方面のホテルや旅館などにも出荷しています。

創業は平成23年（2011年）、元々は別の職業だった副島代表は、同社の白いキクラゲに出会い、キクラゲの魅力に惹かれ事業を引き継ぎました。

「実はキクラゲは、低カロリー高タンパクで、食物繊維、ビタミンDなど健康に欠かせない成分を多く含んでいます。中華料理に使われるのは主に黒いキクラゲです。一方、白いキクラゲは無味無臭で色が半透明のため、他の食材を邪魔しません。多様な料理の材料として活用できると考えました。また、キクラゲは中国からの輸入が9割以上で、生での流通はほとんどありません。そのため、国産キクラゲの需要も高く、可能性を感じました」と副島代表。白

いキクラゲを食用として売り込むことで、多くの料理人から注目を集めています。

### 偶然から生まれた商品

同社の商品開発のきっかけとなる出来事がありました。

「ある日、白いキクラゲの中を切ってみたら三重構造になっていて、その中にコラーゲンの部分があったのでスプーンですくって、たまたま放置していたところ、一日経ってもプルプルのままでした。これはすごい保湿効果があるんじゃないかと調べてみると、プルプルの正体は多糖体でした。いろんな用途に使えるのではないかと将来性を感じました」と副島代表。その保湿性の高さに着目し、柔らかい触感で透明な球体の洗顔せっけん“白美の雫”といったユニークな商品を発売。食品としてだけでなく、美容化粧品の原材料としての利用も

模索し、“唐津コスメティック構想”も視野に、他の企業と共同研究を続けています。

現在、唐津南高校と共同で白いキクラゲを粉末にした素材の特許を出願中。粉末の素材は化粧品のほか、高い栄養価で食品などに応用ができるため、さらなる可能性が期待されています。



代表取締役  
そえじま こうすけ  
副島 幸輔

高い栄養価と保湿成分を  
多く含む白いキクラゲ



## 農業生産法人 グレイスファーム株式会社

☎ 0955-58-2477

[所] 唐津市七山藤川2273

[創業] 平成23年(2011年)

[従業員] 4名

[HP] <http://gracefarm.biz/> グレイスファーム 検索

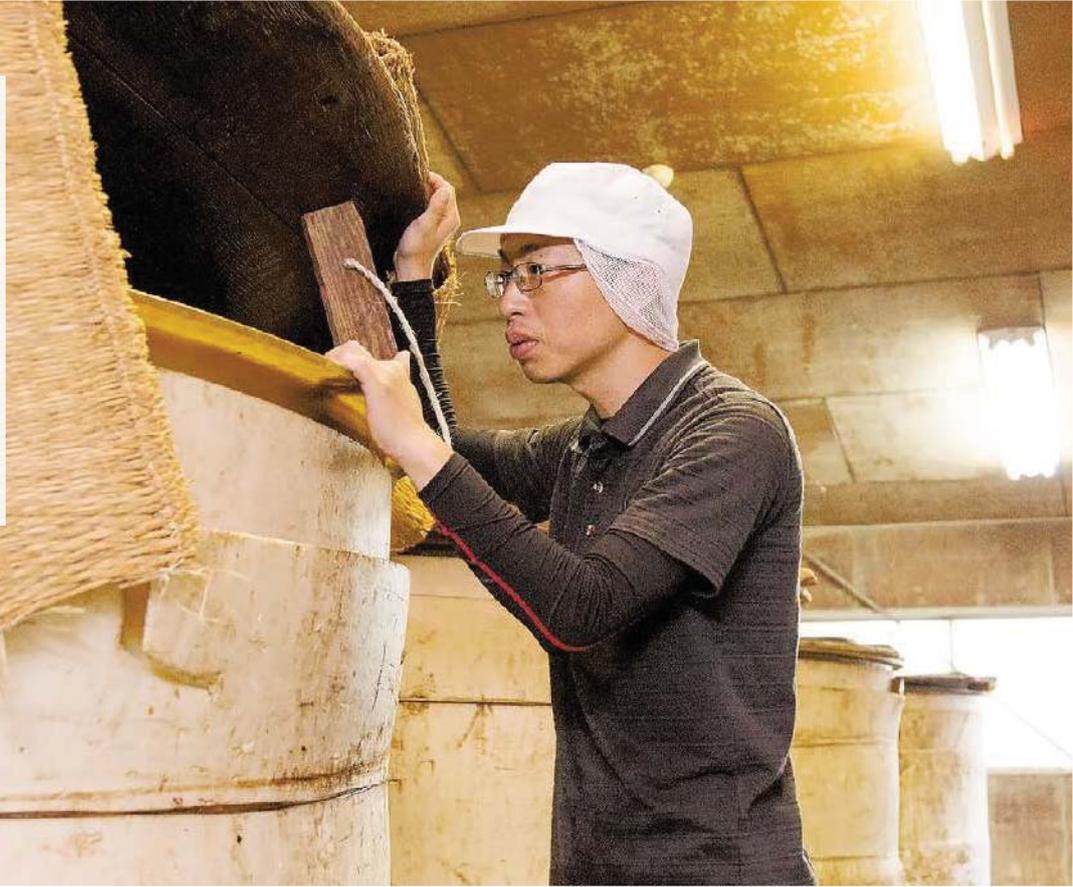
### ポイント



白いキクラゲの保湿成分を洗顔せっけんに配合して製品化した“白美の雫”は、地域発の美容商材を表彰するジャパンメイド・ビューティーアワードで審査員賞を受賞。この商品化をきっかけにさらなる農産物の価値を高め、生産から製造、サービスまでを担う6次産業化を進めています。

## 有限会社 サガ・ビネガー

守り続けているのは  
伝統的な製法とこだわり



### 時間をかけるこだわり

天保3年(1832年)に創業し、“右近酢”や健康酢“飲む果実酢”、佐賀県産たまねぎを100%使用した“たまねぎ酢”などの食酢や調味料を製造・販売するサガ・ビネガー。同社のものづくりへのこだわりは、創業時から守り続ける製法にあります。大手メーカーの酢造りは、24時間で、早く安く大量に生産する製法“速醸法”が主流。一方同社は、材料を佐賀の気候に合わせてながら90日間をかけて自然醗酵させて仕込み、さらに90日間をかけて貯蔵・熟成させる“静置発酵法”という昔ながらの伝統的な製法を採用しています。

「当社は、醸造初日には、おいしいお酢ができるように神様にお祈りする習わしがあります。その心掛けと、一つの製品づくりにじっくりと時間をかけることで、余計な添加物は一切入れなくても、素材が醸し出す芳醇な香りとまろやかな酸味で、料理を

引き立てるおいしい酢になるのです」と右近社長。こだわりの製法で造られた同社の酢は、健康志向の消費者から人気を集めています。

### さまざまな酢造りに挑戦

こだわりの製法を武器に、トマト、にんにく、大豆など同社は多彩な野菜酢の製造に挑戦しています。現在はさまざまな企業・団体から、農産物を活用した6次産業化商品としての酢の製造・販売の注文が増え、佐賀市のNPO団体からの依頼による“菊芋酢”や、アスパラガスを栽培する農業法人からの依頼による“アスパラ酢”などのOEM※商品ができました。

「当社の強みは、100リットルからの小ロットでも対応できることと、これまでに手掛けた野菜酢の実績です。北は北海道から、南は沖縄まで各地から“うちの野菜

でお酢が造れないですか?”と相談をいただき、いろんな野菜の酢造りを行いました。もちろん失敗もありますが、その経験に基づいた提案もさせていただいています。大手ができない細かいニーズに対応できることが評価されています」と右近社長。伝統の製法へのこだわりと、新しいものづくりへの挑戦。サガ・ビネガーのおいしい酢への探求はこれからも続きます。



※OEM:委託者のブランドで製品を生産すること



代表取締役社長  
うこん まさみち  
右近 雅道

さまざまな素材で  
造られた飲むお酢



## 有限会社サガ・ビネガー

☎ 0952-23-6263

[所] 佐賀市嘉瀬町大字中原1969-3

[創業] 天保3年(1832年)

[従業員] 6名

[HP] <https://www.sagavinegar.jp/> サガ・ビネガー 検索

### ポイント



伝統的な“静置発酵法”は時間と手間がかかる製法。素材や環境、造る量でも味わいが変わってくるため、一つのタンクの醗酵の進み具合や匂いなどを日々細かくチェックし、状態を見極めることで、サガ・ビネガーにしかない酢が生まれます。



68  
SAGA SAIKO  
COMPANY PROFILE

製造業  
(機械金属系)

## シンエイメタルテック株式会社

技術と信頼の精密板金の匠

### 精密板金への挑戦

シンエイメタルテックは、鉄やステンレスの薄板を加工して、一般産業用機械のカバーなどのパーツを製造する精密板金加工の企業です。昭和42年(1967年)に配電盤ボックスを製造する企業として創業。その後、平成に入る頃に高い技術力を要する精密板金の分野に挑戦し、当時は苦勞をすることも数々ありました。

「精密板金は、お客さまから求められた図面に基づきミリ単位で精密にもものづくりを行わないといけません。弊社がより高い技術力を身に付けるために、他社が嫌がるような難しい仕事にあえて挑戦しました。もちろん失敗もありましたが、難しい仕事を繰り返すうちに自然と技術力が高くなりました」と船山常務。さらなる技術力向上のために精密板金の全国大会に挑戦し、平成20年(2008年)と平成25年(2013年)には組立部品の部で金賞を受賞。佐賀

県で受賞したのは同社だけで、特に曲げや溶接、仕上げの技術が他社より優れていることが証明され、企業としてこれまで行ってきたことへの自信になりました。

### お客さまの要望に技術で応える

同社の強みは高い技術力だけではなく、少量多品種、短納期の顧客ニーズに細かく応えているところです。顧客から注文された製品の図面に対して、どのような用途に使うのかといったことをしっかりと確認し、より良いものづくりへの提案をしています。船山常務は「時にはお客さまの工場に行き、図面以上の提案をします。他社では普通やらない提案や短納期の対応をお客さまのためにいき、より信頼を高めることが大切です」と自信を持っています。

また、技術を高めるための人づくりにも力を入れ、若手の役職への登用も積極的

に行っています。さらに、これまで培った技術をしっかりと底上げし、現場力を高めていくための社員教育にも積極的です。

精密板金を核としたいろいろな仕事をワンストップで解決できる企業として、シンエイメタルテックはさらなる成長を続けます。



ねじ歯とはすば歯車を  
組み合わせた“ウォームギア”

常務取締役  
ふなやま しんいちろう  
船山 伸一郎



## シンエイメタルテック株式会社

☎ 0952-44-2150

[所] 神崎市千代田町崎村551

[代表者] 代表取締役 田原 和幸(たばる かずゆき)

[創業] 昭和42年(1967年)

[従業員] 56名

[HP] <http://www.shinei-metaltec.co.jp/> シンエイメタルテック 検索

### ポイント



平成30年(2018年)に開催された板金加工技術を競うコンクール“第30回優秀板金製品技能フェア”で、平成27年(2015年)に続き2度目の経済産業大臣賞に輝きました。受賞したウォームギアは、薄板では難しいとされる溶接もつなぎ目が残らないように仕上げられています。

## 株式会社友樹飲料

清涼飲料水の新たな価値を  
老舗メーカーの挑戦



### 日本一の商品開発

明治35年(1902年)から炭酸飲料を作り続けている友樹飲料。創業者の友田樹吉氏が、小城市牛津の地で当時は珍しかったラムネを販売して以来、同社では瓶入りのサイダーや子ども向けのシャンメリーの製造を中心に、同業者からの委託製造も行ってきました。

平成12年(2000年)、ソフトドリンクの新商品開発を支援するODM※事業を開始。4代目の友田社長は「業界の常識を覆したい」と思い、他のメーカーではなかなかできない、オーダーメイドの飲料を小ロットかつ低コストで生産することに挑戦しました」と話します。その時に飲食店と共同開発したノンアルコールの炭酸飲料“こどもびいる”が話題になり、これが火付け役に。オリーブなど各地の特産品を使ったご当地サイダーや、バーテンダーの要望をかなえたジンジャーエールのほか、多彩なブラン

ド飲料が次々に誕生しました。「当初は年に数件だったものが、今では150~200件に増え、商品開発数は日本一になりました。“スワンサイダー”などこれまでの自社商品を大切に受け継ぎながら、技術と発想力を生かしたユニークな商品を作り続けたいです」と友田社長は話します。



### 天然水を炭酸水に

清水が流れ虫も飛び交う小城市の祇園川そばに平成24年(2012年)4月、新社屋と工場“蛍の郷ファクトリーパーク”が完成。工場見学を受け付けるほか、自社商品のドリンクバーやショップを併設するなど、“ほんの少しの遊び心を忘れない”という友田社長の経営方針がここにも伺えます。

自然豊かな環境で地下から湧き出る天然水をそのまま使ったスパークリングウォーターは、現代のニーズにもマッチした商品として成長。また、令和2年(2020年)4月からの操業を目指す山梨県富士吉田市の富士山工場では、官民連携で富士山の天然水を利用した商品展開を行う予定です。「富士山を訪れる外国の方にも佐賀の企業の取組を発信したい」と友田社長。

ただ飲み物を作るだけでなく、清涼飲料水を通して地域を豊かにし、さらに友樹飲料の未来へ新たな可能性を広げています。

※ODM:委託者のブランドで製品を設計・生産すること



代表取締役社長  
ともだ さとし  
友田 諭

幅広い世代に親しまれている炭酸飲料



## 株式会社友樹飲料

☎ 0952-72-5588

[所]小城市小城町岩蔵2575-3

[創業]明治35年(1902年)

[従業員]135名

[HP] <http://www.tomomasu.co.jp/>

友樹飲料 検索

### このポイント!



創業以来、百数十年にわたりラムネやサイダーなどの炭酸飲料や清涼飲料水を製造。日本で初めて天然水のスパークリング商品を誕生させ、人気を集めています。もう一つの主力であるODM事業では、小ロットでも生産できる体制を整え、各地の地サイダーなどを企画から販売までトータルサポートしています。

70  
SAGA SAIKO  
COMPANY PROFILE

製造業  
(地場産業系)

## 株式会社 中村製材所

持続的な森林経営で  
木材の未来を創る

### 環境にやさしい木材を

昭和25年(1950年)創業の中村製材所は、国内産の木材を中心に加工・販売を行っています。木材業界の環境は時代とともに変化し、20年前には国内産の木材の自給率が20%を切っていました。そこで中村代表は、国内の森林の状況を危惧し、“これまで以上に国内産の木材の需要が増え、伐採と植林の循環ができるようにならないか”と考え、平成18年(2006年)からFSC<sup>※1</sup>認証された木材を取り扱うようになりました。

「現在ではSDGs<sup>※2</sup>と言われており、私たちはそれをキーワードに持続可能な製造業を模索しています。環境に配慮された木材はまだまだ少なく、FSC<sup>®</sup>認証された木材だけだと販路拡大も難しい。その中で、いかに高い付加価値を木材につけるかということでオリジナル商品のSKINWOOD<sup>®</sup>ができました。若い木を使うことで、伐採から

植林までのサイクルを早められるため、健全な森林経営と林産業に役立ちます」と中村代表は話します。

### 木で人の心を動かす

令和7年(2025年)までに国内産の木材の自給率を50%まで引き上げる木材利用促進法が成立したことで、今後、国内産の木材の需要が増えることが見込まれています。そこに国産の若い木を材料として使うスキンウッドのビジネスチャンスを狙っています。

「スキンウッドは、比較的小さな若い木を柾目(平行な木目)にできて、意匠をそろえやすく、いろいろな用途に使用できる可能性があります。さらなるブランディングと販売促進が必要ですね」と中村代表。

今後は、SDGs達成のためにさまざまな連携が必要と考えています。「スキンウッド

の活用にしても、自社努力だけではなく、自治体や団体、企業などと幅広く連携していくことで新しい発想や商品開発のビジネスモデルができるのではないかと期待しています」と展望を語る中村代表。会社のビジョンである“持続可能な資源から新しい価値の創造を通じて人々を笑顔にする”を実現し、木材で持続可能な社会を目指し課題解決へ取り組みます。



<sup>※1</sup> FSC<sup>®</sup>: 森林管理協議会。森林の管理や伐採が環境および地域社会に配慮して行われている森林を認証する国際機関  
<sup>※2</sup> SDGs: 持続可能な開発目標。平成27年(2015年)の国連サミットで採択された国際社会共通の目標



代表取締役  
なかむら のぶあき  
中村 展章

木材製造特許技術の  
スキンウッド



## 株式会社中村製材所

☎ 0952-47-3100

[所] 佐賀市諸富町為重385-1

[創業] 昭和25年(1950年)

[従業員] 5名

[HP] <http://kanejin.jp/> 中村製材所 検索

### ポイント



スキンウッドは、中村製材所の特許技術で佐賀県産などの若い木材をつなぎ合わせ薄くスライスした板材。広い面積の均一な柾目は、それまでケミカルな壁紙や大木を使うことでしか実現できなかったものの、スキンウッドによって本物の木で施工できるようになりました。ウッドデザイン賞2018も受賞しています。



Kenta Hasegawa

## “2016/”の誕生

2016は平成27年（2015年）に創業し、翌年にはデザイナーの柳原照弘氏らによって作り上げられた新ブランド“2016/”を発表しました。柳原氏は世界で高い評価を受けている百田陶園の“1616/arita japan”ブランドを過去に手掛けており、“2016/”は有田焼創業400年事業に向けて立ち上げたプロジェクトの中で、海外のデザイナーとのコラボを他の窯元・商社にも広げ、有田の町全体で有田焼を世界に送り出そうとの思いから生まれたブランドです。

プロジェクトの目的は2つ。有田焼の職人技術と専門知識に、国際的に活躍するデザイナーの着想や経験値を一体化させ、新しい商品づくりを行うことと、参加企業による完全な事業化を平成28年（2016年）以降に目指すことでした。この目的を掲げて参加企業を募り、10の窯元と6つの商社が参加することになりました。「1616/arita

japan”の成功事例も自分たちだけではなく、他の窯元・商社たちが同じように取り組まないことには産業として成長していきません。時代の流れをつかみ、有田焼を再構築したいと考えました」と百田代表。“2016/”の商品はミラノサローネ※で初めて発表され、高い評価を受けました。

## 長く愛される新たな有田焼のブランドとして

プロジェクトではコラボした海外のデザイナー全員が有田に足を運び、参加企業とじかにやりとりをして商品づくりを行いました。長く使ってもらえる器のブランドにしていくことが今後の目標だと百田代表は語ります。

「プロジェクトに参加した窯元は大変刺激になったと思います。会社を立ち上げて4年になりますが、参加して業績が落ちた窯元は一つもありません。このプロジェク

トを通じてデザイナーとじかにコミュニケーションができたおかげで、一つの食器に次の付加価値をつけることができました。窯元には、自分たちの技術への自信と、海外という新しい市場に通用するデザインの考え方が身に付いたと思います。関わった窯元が10年後には有田の中核を担ってくれると期待しています」と、“2016/”は有田の未来をつくる一つのブランドとして産地全体に広がり、未来に向けて着実に歩み始めています。



Scheltens & Abbenes

※ミラノサローネ：イタリアのミラノで毎年開催される世界最大規模の家具見本市



代表取締役

ももた のりゆき  
百田 憲由

16組のデザイナーと  
コラボした有田焼



Yasunori Shimomura

## 2016株式会社

☎0955-42-2016

[所] 西松浦郡有田町赤坂丙2351-169

[創業] 平成27年（2015年）

[従業員] 13名

[HP] <http://www.2016arita.jp/>

2016株式会社 検索

## ポイント



Kenta Hasegawa

“2016/”は、クリエイティブディレクターである柳原照弘氏をはじめ、16組の多様な文化的背景を持つデザイナーたちが有田焼を再解釈し、有田の技術を結集して、世界の日常に寄り添う新たなスタンダード商品として誕生しました。

## 株式会社メルシー

最新の生地で  
ファッションをやさしく  
女性のライフスタイルでも  
問題を解決

### 毎日着たくなる着心地の良い服

平成23年(2011年)、佐賀の街にレディースセレクトショップとしてメルシーがオープンし、そのオシャレでハイセンスなアイテムは多くの女性から支持を集めています。

さらにネット販売もスタートし、日本最大のファッション直販サイトZOZOTOWNに出店するまでに成長。

お客さまの声に耳を傾ける中で、ファッションとは“流行を追い続けるのではなく、素直に自分が着たい服を着ること”と定義し、令和元年(2019年)に自社ブランド“メルシー”の衣類を企画・生産から販売まで手掛けるファクトリーブランドに転換しました。

「シンプルな構造でありながらも実用性に富み、毎日着たいと思えるような普遍的な服づくりを目指しています。ファッションの最先端“フランス”の街並みを歩く人々の生活様式を現代日本的に解釈して、“清潔

感”、“現実的”そして“時代性”という3つのキーワードを軸に、素材にもこだわり魅力ある洋服を表現しています」と松田代表。

着心地の良い服づくりのため、サンプルの試着やアンケートを依頼するなど、お客さまのリアルな声を集めて検証し、製品化を進めています。

### ファッションから未来を考える

“佐賀を輝く女性の街にする”をモットーに掲げる同社では、働き方も柔軟です。

仕事のスキルがあれば、フルタイムでの出勤ができなくても責任を持って働いてもらいたいと、店長であっても家事・育児との両立ができるようになんと勤務は週3日。

それでも時間が限られているからこそ、一人一人が精一杯やるべき仕事に取り組み、働く楽しさから笑顔を輝かせています。女性としての転機を迎えても、自分に

合うキャリアを諦めずに長く働ける環境を整えています。

同社は世界にも目を向け、世界中の女性に着てもらえる服を届けていきたいと海外展開も視野に入れています。

“ありがとう”の意味を込めた“メルシー”の服は、優しく包まれるような温もりを感じます。



代表取締役 CEO  
まつだ じゅん  
松田 潤

ファッションを楽しめる  
洋服の数々



## 株式会社メルシー

☎ 0952-27-3888

[所] 佐賀市呉服元町2-18

[創業] 平成23年(2011年)

[従業員] 9名

[HP] <https://merci-saga.com/>

### ココポイント



自社ネット販売の売上が年々増加しており、全国各地にお客さまが増えていくことから、全国のお客さまと実際にお会いして、リアルな場でコミュニケーションが取れるアンテナショップを、全国各地で開催しています。顔の見えないネット通販でも、お客さまとのコミュニティを大切にしています。