

千丸屋京湯葉株式会社





- 自己紹介
- 会社紹介
- 湯葉製造プレイヤーについて
- 湯葉製造工程に関して
- 湯葉製造小売業界の課題と対策（各メーカー何をしているのか？）
- 対策を行う上での業界共通ジレンマ（質と量）
- ジレンマの解決策（YUBAの開発）
- なぜ零細企業がイノベーションを起こせたのか？
- 今後の展開

越智 忠弘

1986年 11月21日

同志社大学卒業後

ベンチャー企業に新卒入社→インターネット業界に染まる  
(現ユナイテッド旧ngi group)

Ngi → Next Generation Innovator  
伝統と革新が重要って聞かし...

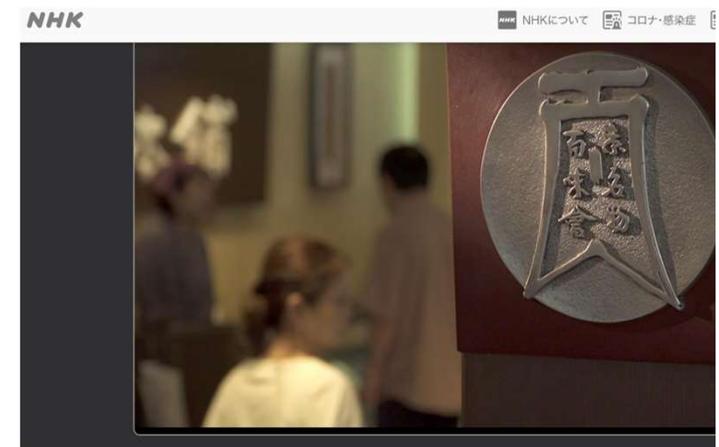
2013年：家業である千丸屋京湯葉株式会社入社

2014年：「綾鷹」のCM出演

2019年：NHKスペシャル出演

まあ、派手な自己紹介にしましたが、、、  
綾鷹に出たメリット→僕の紹介が楽。ぐらいがメリット。  
NHKスペシャル →ぷち炎上してましたw

メディアがどういうモノなのか良く理解できました！



京都 百味会 ~知られざる“奥座敷”の世界~

初回放送日：2019年8月4日



京都：四條堺町にて1804年創業 湯葉製造小売専門店  
お取引先：料亭/主要百貨店（全国）  
本店では、大名物「湯葉鍋」をお召し上がり頂けます。

## 京湯葉製造販売事業協同組合

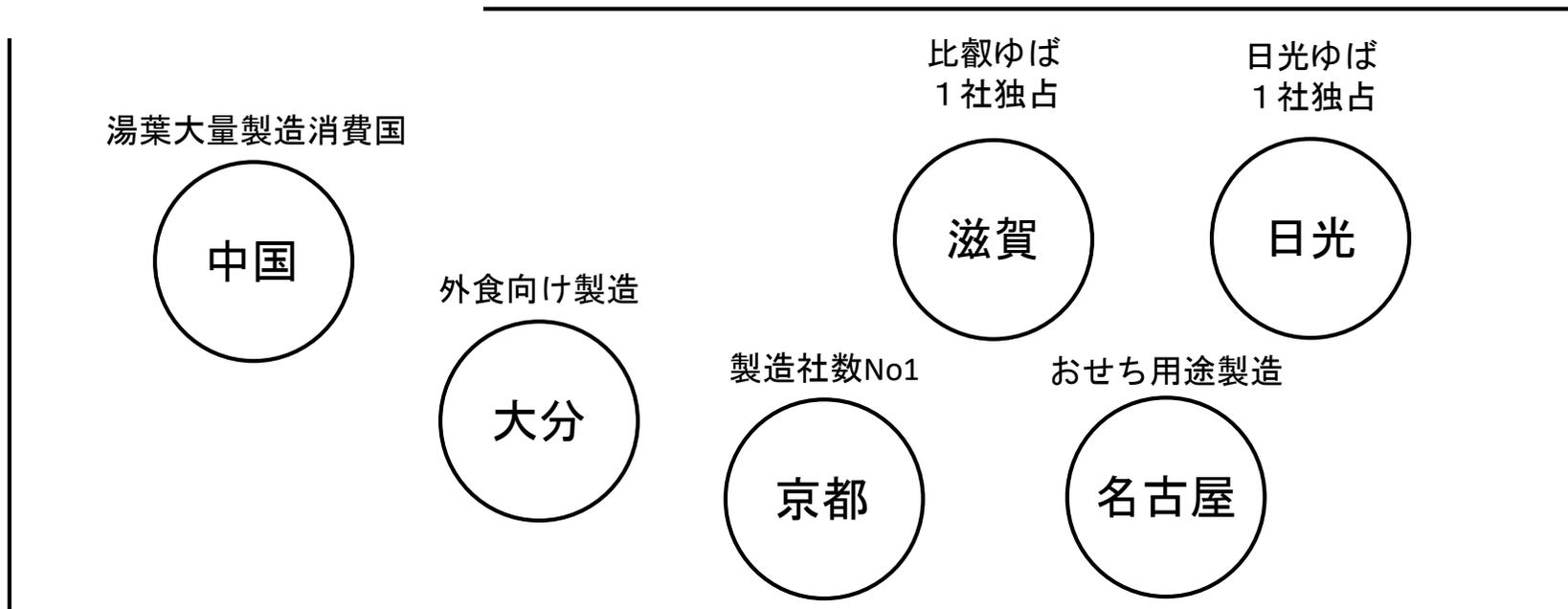
組合数：10社ほど

全国での湯葉製造工場でのHACCPルールなどは京都で決めた背景から京都が湯葉製造としては、盛んである。製造社数No1。

他エリア：滋賀、栃木（日光ゆば）→ 1社1強

突出した中小企業はおらず基本的には零細企業と呼称される企業規模「京湯葉」と呼ばれる地域商標登録を保有している。

## 湯葉製造プレイヤー



90%生湯葉製造を行っており、乾燥ゆばの製造は10%  
明治から昭和は、90%乾燥ゆばで、10%が生湯葉

# 湯葉製造工程

- 1: 浸漬大豆粉碎
- 2: 温水 (90°C) を加水し、粉碎大豆と攪拌
- 3: 濾し器に入れ豆乳を濾す (おからとわける)
- 4: 湯葉槽に豆乳を流し込む
- 5: 湯葉槽にて加熱 (湯煎)
- 6: 製品毎に分厚さを見極め引き上げる (10分~15分) → 生湯葉
- 7: 生湯葉を引き上げて乾燥させる → 乾燥湯葉

千丸屋



他社



他社

 滋賀県中小企業団体中央会  
<https://chuokai-shiga.or.jp/uploads/2021/06> PDF

## 自動湯葉上げ制御装置と無人搬送

新工場の生湯葉製造を自動化するため自動湯葉巻取り装置と無人搬送装置を導入し、省力化を図りました。湯葉の巻取りと湯葉の加工室までの搬送は自動化することにより ...  
2 ページ

 Google Patents  
<https://patents.google.com/patent>

## JP6169157B2 - ゆば自動製造装置

本発明は、生産性向上と省スペース化を実現して、ゆばの品質改善及び作業環境の改善を図ることを可能にしたゆば自動製造装置に関するものである。

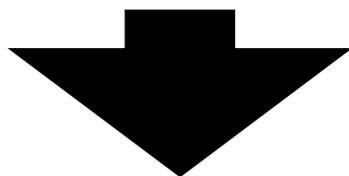
湯葉製造方法に関して、中国、日本国内ともに製造方法は同じ  
引き上げる動作を省人化に成功はしているが、1枚あたりの製造時間は同じ

## 湯葉製造小売業界の課題

「そもそも、湯葉をどのように使ったら良いのか、わからない」  
「生活者ライフワークの変化が進み食材としての家庭内湯葉需要の減少」

和食文化	→	洋食文化
パン	→	ご飯
まな板と包丁	→	中食惣菜

湯葉市場がそもそも小さく伸びていない（100億あるかな？）



## 課題に対する対策

生活者のライフワークに合わせた「湯葉の食べ方」を提案。

簡単に食べる湯葉加工製品の開発が求められる。

## 労働集約型製造モデルにおける「質と量」のジレンマ

エネルギーコスト上昇

流通マージン

働き手確保

料理しない人増えてる

食の多様化

時代変化が早すぎる

価格の安い中国産湯葉

湯葉じゃなくても他にあるよね

人的製造による湯葉製造量の限界

食ビジネスにおけるクレーム

そもそも生湯葉という存在は高付加価値商材

大量に湯葉を作り、市場を構築しないといけない。けど、「量が増えると質が下がる」  
本当に良いモノとは何か。美味しいもの？消費者が求めるもの？



老舗としての本質的価値とは？

## 資本集約型製造モデルへとイノベーション

- 1：サイズの規格化に成功（5センチ角 2.5センチ角）
- 2：絶対に割れない形状を担保（歩留まりの向上）
- 3：異次元での大量製造の実現（1レーン2時間/年で1社年間製造数に相当）
- 4：完全自動製造による菌対策の実現
- 5：常温保存での長期賞味期限の実現（360日）

千丸屋製造



YUBA製品



今までの製造モデルで最も重要な要素を取り出し新たな製造方法を見つけ出した  
圧倒的な「量」とある程度の均一化された「質」の確保に成功

なぜ零細企業が、イノベーションを起こせたのか？～確固たる信念の確立～

必ず成し遂げるという強い信念

今後の展開に関して ～製造業のジレンマ「質と量」を強みに変える～

質 × 量 =



千丸屋のミッションは京湯葉文化を未来へ繋いでいくこと

京湯葉文化としての価値があるからこそ、200年続けてこれた  
「文化的価値を磨く」ということが重要

量 「YUBA」による湯葉市場を拡大し需要を創出する

質 千丸屋京湯葉株式会社としての職人技の追求による文化的価値の向上