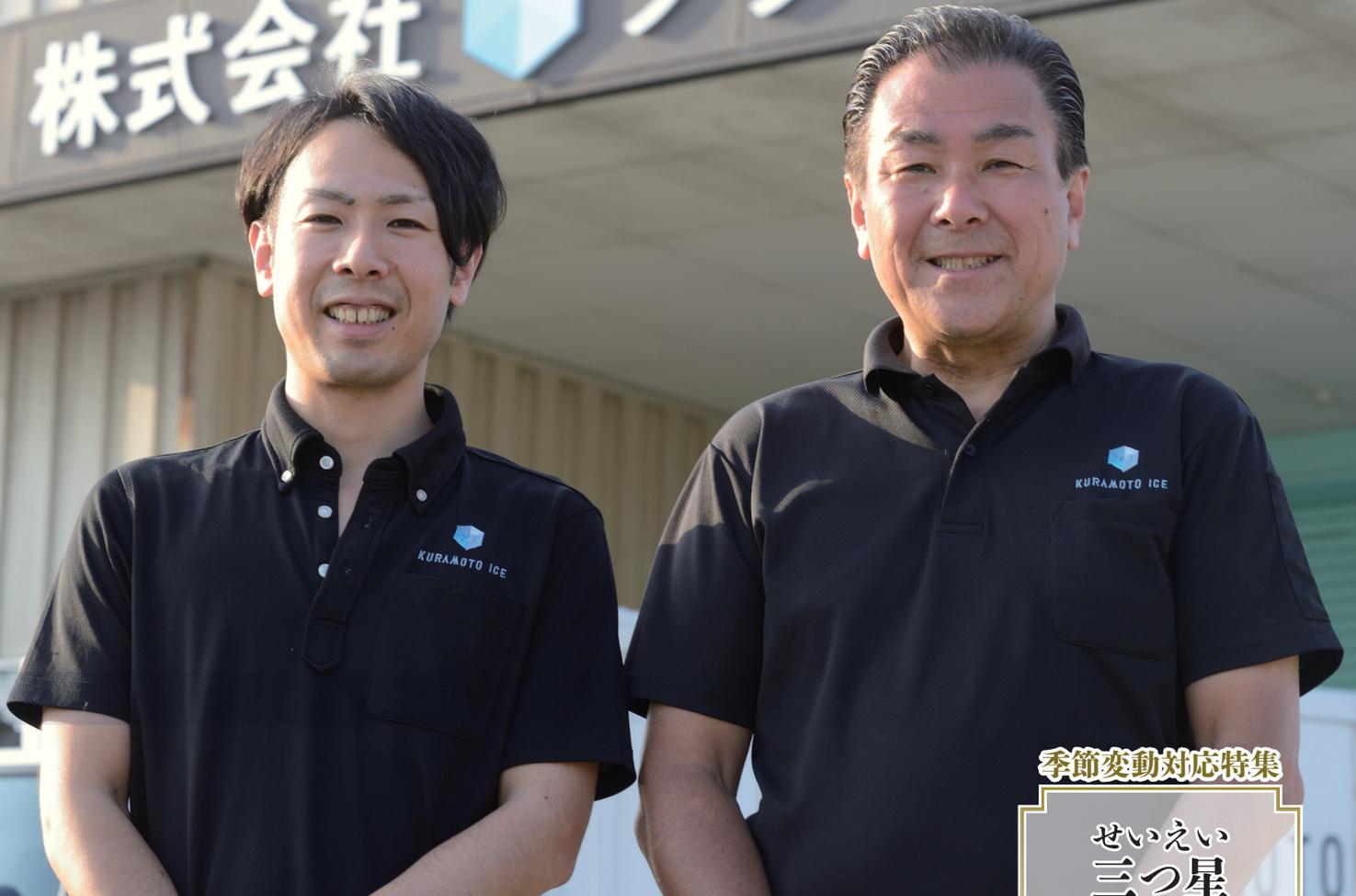


# 株式会社 クラモト氷業



## 季節変動対応特集

### せいえい 三つ星 レポート



“キラリ”と輝く経営事例

## Part 2

☆☆☆  
氷の作り手としてのこだわり

〈氷も、選ぶ時代になりました。〉

このキャッチフレーズで勝負をかける(株)クラモト氷業の四代目社長・蔵本顕彦さんと五代目・蔵本和彦さんから、厳しい時代に生き残りをかける強い気持ちが始まります。(株)クラモト氷業は大正12年創業の老舗ですが、平成27年に工場を建設し卸売業からメーカーに転身。不純物を極力除き、比較的高めの温度で2日間かけて凍らせることでできる、結晶構造が整った良質の水を製造していることが特長です。季節によって微妙に異なる温度管理に気を配りながら丁寧な仕上げる作業は、まさに職人の技。出来上がった氷の透明度は非常に高く、水晶のような輝きを発します。

「当社の氷は、高い品質であることはもちろん、『100%お客様の口に入るもの』として厳重な衛生管理のもと製造しています。商品のラインナップは、カットアイス、クラッシュアイス、キューブ状・球状のものから、アイスクーラー等用の大きなものまで各種取り揃えています。また、お客様のご要

## 株式会社クラモト氷業

代表取締役社長：蔵本 顕彦 氏

専務取締役：蔵本 和彦 氏

創業：大正12年

事業内容：冰雪製造・販売業

本社：石川県金沢市東山3-2-22

工場：石川県金沢市湊1-55-27

従業員：11名

電話：076-238-0055



KANAZAWA-SHI

望に応じてカットする『オーダーカット』も可能ですので、幅広い注文に対応できます。」と蔵本社長は話します。

### ★★★ 需要を創り出す

水の需要はやはり夏がピーク。(株)クラモト水業では、例年7月頃から出荷のピークに入り、年間で最も忙しい時期を迎えます。

「夏場の3か月ほどで年間売上の半分近くを占めます。水を扱う以上季節変動は仕方ないのですが、経営をより安定させるため、売上全体の底上げに向けて『需要を創り出す』ことを心がけています。」と語る蔵本社長。

そのための取り組みは3つ。1つ目は

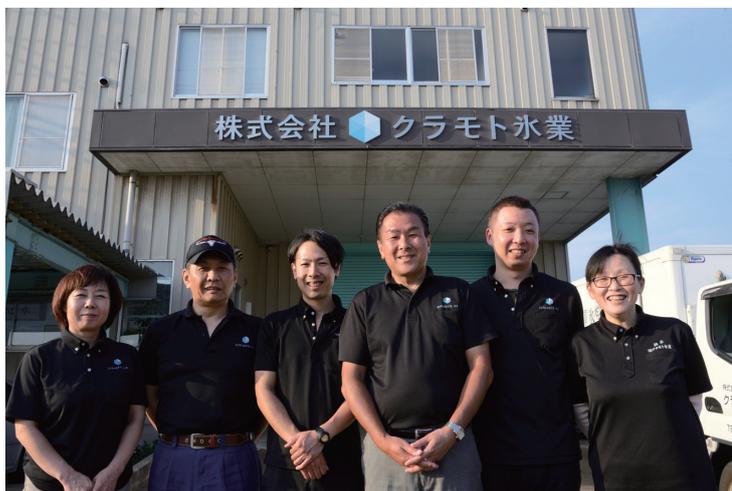
「商品のブランド化」で、加賀藩が江戸幕府に氷室で作った水を献上していた歴史にちなみ、商品名を「金澤氷室」と名付けブランド化しました。それを、製造工程とともにホームページやフェイスブック、ショッピングサイト等で幅広く発信しています。2つ目は「使い方の提案」。前述の様々な商品ごとに、バーなど飲食店向けには「新しいカクテルの考案に」、ホテルなどには「パーティーの際のフルーツの装飾に」、一般消費者向けには「誕生日の記念に」など、氷を使える具体的なシーンと合わせて提案するチラシ兼注文書



上：心をこめて製造された水晶のように透き通る氷柱  
下右：厳重な衛生管理のもと氷が製造されるライン（プール）  
下左：熟練の職人が氷をキューブ状にカット

## 氷も、選ぶ時代になりました。

### 老舗氷屋の挑戦！



蔵本顕彦社長（右から3番目）、蔵本和彦専務（右から4番目）を盛り立てる従業員のみなさん

に加え、県外からのオーダーも順調に増加してきているとのこと。

### ★★★ 次の100年を目指して

3つ目は「身近に感じてもらう」こと。この活動の一つとして、和彦さんは「五代目ブログ」を立ち上げました。和彦さんの生い立ちから(株)クラモト水業での活動、体験談、苦労話などが満載で、読んでいて親近感がわいてくるような内容となっています。

こうした3つの取り組みにより認知度が幅広く浸透し、スポーツイベント関連の新規受注

これから予定している取り組みはありますかと問いに、「もちろんあります。まだ言えません（笑）」とほほ笑む両氏。その後につけ加えて次のような話がありました。

「これだけはいえませんが、当社は創業から約100年の間、時代の変化に対応してきたという自負があります。これからその姿勢は変わりません。今は、特に消費者の皆様が求めるレベルが上がってきており、氷も選ぶ時代になりました。これからは当社の氷を選んでいただけるようニーズに対応した商品を作り、提案していきたいと思えます。」

創業から約100年を経て挑戦を続ける(株)クラモト水業。その伝統を受け継ぐ四代目、五代目の目には、次の100年に向けた強い決意が漲っていました。