

# 七十七ビジネス大賞受賞

第14回(平成23年度)

## 企業 インタビュー

Interview

## 株式会社にしき食品

代表取締役 菊池 洋氏



### 会社概要

住 所：岩沼市下野郷字新関迎 265 番地の 1

設 立：昭和 27 年（創業：昭和 14 年）

資 本 金：30 百万円

事業内容：レトルト食品製造業

電 話：0223 (29) 2091

U R L：http://www.nishiki-shokuhin.jp/

### レトルト食品の相手先プライベートブランド(PB)商品を製造する他、優れた商品開発力を活かし自社ブランド「にしきや」を開発、食産業分野の発展に大きく貢献するレトルト食品製造業

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社にしき食品を訪ねました。当社は、常に安心・安全な食の提供を第一に考え事業展開するレトルト食品製造業です。化学調味料等の添加物は極力使用せず、主原料の品質にこだわった商品は消費者から高い評価を得ています。当社の菊池社長に、今日に至るまでの経緯や事業の特徴などについてお伺いしました。

（平成 24 年 3 月、社名を株式会社西木食品から株式会社にしき食品に変更いたしました。）

### 佃煮からレトルトへ

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

七十七ビジネス大賞という名誉ある賞を頂き、驚きとともに大変嬉しく思っています。多くの方々からお祝いの連絡を頂き、改めて素晴らしい賞を頂いたのだと実感いたしました。

——会社設立の経緯について教えてください。

当社は、昭和 14 年に佃煮製造業として仙台市五橋で創業、昭和 27 年に株式会社に法人化して現在に至っています。創業当時は佃煮製造一本で事業展開していましたが、次第に佃煮製造だけでは経営が厳しくなり、新しい道を模索していました。先代の社長が日持ちするレトルト食品に興味を持ち、昭和 50 年にレトルト殺菌装置を購入したことがレトルト業への転換のきっかけとなりました。実は、この

殺菌装置を当社に販売したのが私です。当時、大手印刷会社に勤めており、レトルト食品の包材とともにレトルト殺菌装置の販売を担当していました。

当社は、レトルト殺菌装置を導入したものの商品開発ができず大変苦勞していました。そこで、相談に乗り商品開発のお手伝いをしているうちに、先代の社長から熱心に「当社にきてくれないか」というお誘いを受け、昭和56年に入社することになりました。その後、佃煮業からレトルト業への転換を一気に進めていくことになりました。そして、現在3代目の社長を務めています。



本社社屋

## 小売用商品への転換

——現在の事業スタイルに至った経緯についてお聞かせ下さい。

当時、一般消費者向けの「小売用」レトルト食品（以下：小売用）は大手食品メーカーが強く、スーパーマーケットには大手の商品しか並んでいませんでした。当社で開発した商品を売り込みに行っても、「CMでやってるの？」と聞かれ、一切扱ってくれませんでした。そこで、当時、大手ファミリーレストラン等が次々と出店していたことから、外食産業向けの「業務用」レトルト食品（以下：業務用）に着目し、商品開発を行っていくことにしました。最初に、ファミリーレストランのビーフカレーの「業務用」を、顧客の要望の味に仕上げたプライベートブランド（以下：PB）として作りました。その後、コンビニエンスストアや持ち帰り弁当チェーンなど

に、カレーやパスタソースなどの「業務用」をPBで次々と生産・販売していきました。

当時、大手企業では製造設備が大きく、個々の外食産業の要望の味をPBで製造するためにはトン単位の量でなければ注文を受けられませんでした。それに対し、当社は製造設備が小さかったため、1ロット300kg程度の少ない単位で受けられるという強みがありました。この強みを活かし、東北をはじめ関東や関西へと販路を拡大し、順調に売上を伸ばしていくことができました。

しかし、外食産業の市場が拡大してくると、次第に大手企業が参入してくるようになり、価格競争が大変激しくなっていました。このまま取引を続けても将来利益を確保することができなくなると判断し、「業務用」から撤退して、比較的単価が高い「小売用」のPB商品への転換を決断しました。

当時、「業務用」が売上の約8割を占めていたので「業務用」から高単価の「小売用」へと、営業戦略を根本から大きく変える決断は大変勇気がありました。しかし、今では会社理念に基づいた商品作りができており、あの時決断して本当に良かったと思っています。現在、「業務用」の取引先はほとんどなく「小売用」を中心に営業展開を行っています。

例えば、「無印良品」で取り扱っているカレーやパスタソースなどは、すべて当社で作らせて頂いています。素材にこだわって作っていますので、スーパーなどで販売しているものに比べると値段が高めですが、お客様からは「美味しい」と高い評価を頂いています。

また、「業務用」を製造していた頃はカレーが中心でしたが、「小売用」の製造に営業戦略を変えてからはパスタソースや炊き込みご飯の素、スープなど幅広い商品を取り扱っています。



各種商品

### ——御社の強みを教えてください。

当社の強みは、ストックレシピ（レシピの在庫数）が多いため、注文を受けてから製造までの対応が速いことです。長年、多くのお客様と取引をさせていただき、様々なPB商品を作らせて頂きました。商品1つ1つにレシピがありますが、その商品を作る過程で何度も何度も試作を重ねており、その試作品もレシピとして保存しています。現在は、少なくとも3,000種類以上のレシピがあります。

お客様からPB商品の開発を依頼された際は、これまで保存してきたレシピの中からお客様の希望に一番近いレシピを選び、そのレシピを加工して商品開発を行っていきます。他社のようにゼロから商品開発を行うわけではないので、迅速に対応することができます。これまで保存してきたレシピを味や具材などのタイプ別にカテゴリー化し、パソコンでデータ管理を行うことにより、お客様の依頼により迅速にお答えすることができています。



作業風景

## にしき食品の使命

### ——経営理念についてお聞かせ下さい。

当社では、基本理念として「生命体が本能として求める健康を増進する為の食を開拓し、供給する事である。」と定めています。7年程前に私自身が考えたものです。人間は、本能的に健康を求めています。そこで、本能として求める健康を与えたい、そういう商品を開発したいという思いから、この基本理念を考えました。

レトルト食品というと、どうしても添加物や化学調味料が入っているイメージが強いと思います。しかし、当社ではこの理念に基づき、常に体に良い商品作りを心掛けていますので、当社のレトルト食品は保存料はもちろん化学調味料や着色料などの添加物をできるだけ使用しない商品となっています。



作業風景

## 主原料へのこだわり

### ——主原料にこだわりを持っているそうですね。

当社は「無添加ありき」でレトルト食品を製造しているわけではありません。あくまでも、体に良いもの、美味しいものを本気で作ろうとすると、自然と無添加になっていくのです。化学調味料を使うよりも、きちんと素材から出汁をとった方が美味しい出汁がでますし、香料を使わなくても素材の香りを引き出すことはできます。もちろん製

造過程でどうしても必要となる添加物もありますが、ほとんどの添加物は「美味しくないと素材を美味しいものに見せかけるために使われている」と思います。当社では、素材にこだわり、その素材を最大限に活かした製造を行うことで、本当に美味しいものができると考えているので、結果としてほとんど無添加となるのです。

そのため、主原料の1つである「水」や、調味料の「塩」「砂糖」の品質には十分こだわっています。塩は沖縄産の自然塩、砂糖も沖縄産のきび砂糖を使用しています。水については、水道水を独自の浄水器で浄化して使用しています。水道水に含まれている塩素は、野菜が持っているビタミン類を破壊し、なくしてしまいます。そのため、独自の浄水器を取り付け、活性炭のフィルターを通して塩素を取り除いています。さらに3種類のセラミックを通すことにより、水道水が名水のような水に変化するのです。なぜ、セラミックを通すのかというと、名水は地下の岩盤を通して湧き出てくるのですが、この岩盤がセラミックなのです。当社では、この名水が湧き出る仕組みを再現しています。

このように「水」や調味料にこだわることで、お客様からは「レトルト臭がしない」「添加物が少なく自然な味がする」と高い評価を頂いています。

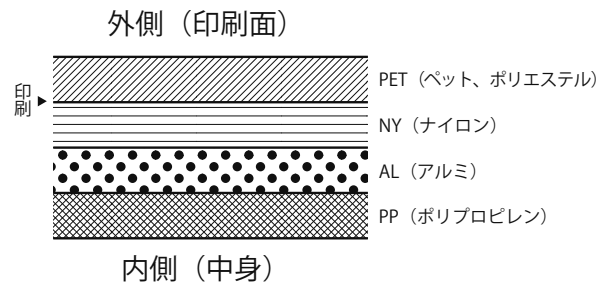


レトルト殺菌装置

### ——レトルト食品はなぜ長期間保存ができるのですか。

缶詰と同じ原理です。商品をレトルトパウチ袋に密封したら、レトルト釜に入れます。この釜の中で圧力をかけ高温で加熱処理を行います。商品によって殺菌温度と時間は違いますが、一例として1人前用のカレーは、120℃で40分間殺菌をします。こうすることにより、袋の中の微生物が死滅し、長期保存が可能になります。

また、レトルトパウチ袋は一見1枚の袋のように見えますが、多層のプラスチックフィルムを貼り合わせて作られています。プラスチックフィルムの中に挟んであるアルミ箔が空気や光を遮断することで、商品の美味しさを長期間保つことを可能にしているのです。



レトルトパウチ構造図

### よりよいPB商品を開発するために

#### ——自社ブランド「にしきや」について教えてください。

販売する商品を「業務用」から「小売用」に切り替えた時に、より品質・味の優れた商品を開発するためには、自社でもっと多くの商品を開発しなければいけないと思いました。業務用・小売用問わず、PB商品の場合はお客様から依頼があって初めて商品を作るため、注文がない限り、商品のレシピは増えません。当社の強みであるストックレシピの多さを発揮するためには、自社で独自に企画した商品を開発する必要があると考え、自社ブランド「にしきや」が誕生しました。現在カレーやスープ、お粥などのレトルト食品を製造・販売しています。

自社ブランドを開発したことで、お客様には「当

社では〇〇のような商品を作る技術がありますので、PBで〇〇のような商品を作ってみませんか？」など、商品提案が可能になりました。最近では、「にしきや本格インドカレーシリーズ」の問い合わせが特に多く、テレビや雑誌など各種メディアの取材を多数受けています。また、大手2社からもPB商品でインドカレーを作りたいというお話も頂いています。

自社ブランド「にしきや」の商品は、インターネットまたは工場に併設している「にしきや本店」で購入することができます。



にしきや本店

### ——「にしきや本格インドカレー」についてお聞かせ下さい。

当社では、生産量の60%をカレーが占めていて、様々な種類のカレーを作っています。これだけカレーを作っているのだから、「いつかはレトルトで本物のインドカレー作りに挑戦してみたい」という想いを常に持っていました。本格的に取り組み始めたのは5年位前からです。東京・千葉の有名インド料理店を食べ歩き、月に1回インドカレーの先生を会社に招き、勉強会も行いました。また、実際に社員が何度もインドに研修に行き、一流ホテルの料理から家庭料理まで徹底的に学びました。この研修を通して、スタッフが皆「インドのカレーを食べると体調が良い」と体感したそうです。なぜなら、インドのカレーは野菜と塩、そして香辛料からできていて、添加物など余計なものが一切入っていないからで

す。美味しいだけではなく、食べることで健康になるインドカレーは、まさに当社の理念そのものです。今年の2月に東京ビッグサイトで開催された「スーパーマーケット・トレードショー」でインドカレー6種類を発表し、大きな反響を得ることができました。お客様からの反響もよく、30種類を目標に、毎年6種類ずつ新商品を開発していく予定です。



本格インドカレーシリーズ

## 安全第一、品質第一

——食品の安全を確保するための取り組み、衛生面での取り組みについてお聞かせ下さい。

効率の前に「安全」・「品質」を、という基本的な考え方で製造を行っています。どうやったら安全第一、品質第一で行動できるのかを考える中で、まずはHACCPの認定を受けようと考えました。HACCPの認定を受ける際は、管理職や監督職が全員参加しますので、そこで学んだことをそれぞれの持ち場に戻って社員に教育することができます。また、認定を受けた後も年1回の更新と数回の講習会がありますので、常に「安全」・「品質」への意識を保つことができます。また、衛生管理においては、工場へ入る際に衛生チェックを厳密に行っています。髪の毛や爪、服装などの衛生面でのチェック表を用いて行くとともに、入口に検査官を配置することで、チェック表と人の目による二重のチェックを行っています。HACCPの認定を受けたおかげで社内の品質管理・衛生管理が一層強化されたと思います。

それ以外でも、当社ではより安全で衛生的な職場作りに取り組むために安全衛生委員会という組織を作り、外部講師をお招きし、安全管理や衛生管理についての指導を受けています。

## にしきの奇跡を

——東日本大震災についてお考えになられたことなどお聞かせ下さい。

当社は、津波により床上浸水の被害を受けました。周辺地域も大きな被害を受け、電気の復旧に1ヶ月以上かかりました。しかし、社員を1人も解雇することなく、工場が全面休止している中でも給与を全額支給し、雇用を維持しました。また、社員全員が協力してがれきの撤去、清掃活動を行い、震災から45日という短期間で生産を再開することができました。当時の被害の状況から考えると、本当に奇跡的な早さでした。また、この復旧活動の中で、岩沼市等の被災者に対して緊急物資としてレトルト食品の提供、避難所でカレーの炊き出しを行う等、支援活動も行いました。

その後、震災により停止していた新工場の建設も昨年7月に再着工し、今年2月に完成しました。

ご支援を頂いた皆様、製造再開を待っていて下さった取引先の皆様には本当に感謝しております。皆様のご期待に応えられるよう、これからも新たな商品開発に励みたいと思います。



震災時の本社社屋

## 「想い」を持って

——最後にこれから起業する方へメッセージをお願いします。

私が会社経営で大切だと思うことは社会に貢献したいという「想い」です。ただ商売をしてお金を稼ぎたいというだけでは会社経営は長続きしないと思います。

私の「想い」は、会社の基本理念にある通り、食の面から社会に貢献することです。添加物を加えて、それなりの素材を美味しく見せかけることは、いくらでもできます。しかし、そのような商品は決して体に良いとは言えません。当社では、これからも素材にこだわり、体に良い商品を開発し、社会に貢献していきたいと思います。

皆さんにも、社会に貢献するための「想い」を持って起業してもらいたいと思います。



菊池社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますのご発展をお祈り申し上げます。

(24. 5. 23取材)