

七十七ビジネス大賞受賞

第24回(2021年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社フレッシュおの

代表取締役 小野 一夫 氏



会社概要

住 所：仙台市宮城野区原町3丁目1-22

設 立：2007年（創業1887年）

資 本 金：10百万円

事業内容：カット野菜製造、販売

従業員数：242名

電 話：022（349）5515

U R L：http://www.fresh-ono.com

東北で唯一となる「スーパー
コールドチェーン」を実現し、
365日24時間体制で生産者と
消費者をつなぎ今後も「安全・安
心・新鮮」な食の提供を目指す

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社フレッシュおのを訪ねました。当社は明治20年の創業以来、134年の永きに渡り当地の野菜を取り扱い続け、現在は東北6県の外食チェーン店をはじめ学校・病院・ホテル等の約2,500先に毎日新鮮なカット野菜や果物を供給しています。東北で唯一となる「スーパーコールドチェーン」を実現し、高度な衛生管理基準をクリアするなど「安心・安全・新鮮」を理念として生産者と消費者をつないでいます。当社の小野社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等についてお伺いしました。

——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。

当社が受賞できるとは思っていなかったのが非常に驚いたのと同時に、これまで取り組んできたことは間違っていなかったのだなと感じました。新聞等で受賞を知った方から何件かお祝いの電話を頂き、嬉しかったです。

取引先からの紹介で表彰制度を知り応募に至りましたが、これまでこういった表彰事業に応募する機会はなかなか無かったので、今回当社の取組みやビジネスについて知っていただく機会となり良かったと思います。当社のようなBtoBの企業は人々の生活の中で名前が知られることは少なく、縁の下の力持ちのような存在だと思います。しかし、当社には飲食業の繁忙期に伴いお正月やゴールデンウィーク、お盆なども休みなく一生懸命働いてくれている従業員が沢山います。今回の受賞で、そのようなことが少しでも多くの人に伝わり、従業員の励みになってくれればと思っています。

時代とともに変化する事業の形

——会社の創業から今日に至るまでの経緯についてお聞かせください。

当社の歴史は古く、創業は明治20年で私は5代目の社長になります。もともとは畑や田んぼで農作物を育て、収穫したものを馬車で屋敷まで運び、1軒1軒注文を取りながら売り歩く行商のようなスタイルで商売を行っていました。そこから歴史の流れとともに農作物の生産は行わず、青果業として野菜や果物の販売を行う形にシフトしていきました。しかし、その後スーパーマーケットが台頭してきたことにより、約30年前に業務用の青果販売へと展開していききました。さらに業務用といっても八百屋と同じように青果そのものの販売をしているだけでは今後の商売は難しいということで、カット野菜の製造・販売を始めました。また、以前は日曜・祝日の休業日を設け、基本的に前日に加工したものを配送するというスタイルをとっていましたが、野菜の本当の美味しさやフレッシュさをそのまま届けたいという思いから、現在は365日24時間体制で製造や配送を行っています。出来た製品はすぐに配送作業を行い、迅速にお客様のもとへ届けられるよう従業員一同努めています。



社屋

食の安全のための高い衛生レベル

——御社はどのような理念に基づいて事業を行っているのでしょうか。

現在は野菜の販売や配送だけではなく、24時間

体制でカット野菜製造も行っているため、食の安全を守るという意味で品質面や衛生面には特に留意し高い環境レベルを保つよう心掛けています。具体的には2014年の仙台FSセンター設立時に全ての製造工程においてHACCPの導入・運用の実施を行ったことや、2020年に食品安全マネジメントシステム国際標準規格の最上位であるFSSC22000を採用したことなどが挙げられます。また、社員には常日頃から、会社としてのサービス向上や自分自身のスキルアップを常に意識しながら仕事に取り組むよう伝えています。



出荷作業

——御社の事業内容について教えてください。

現在当社では、全国でチェーン展開をしているファミリーレストランやファーストフードをはじめとした外食産業、地元の学校や老健施設、ホテル等さまざまな事業者様にカット野菜の配送を行っています。配送先は1日約2,500先で、東北6県にわたっています。約7年前から青果業界のパイオニア的存在であるデリカフーズ(株)様と業務提携をさせていただいています。両社ともに野菜を取り扱うなかで「日本の農業の発展」と「国民の健康増進」に貢献していきたいという考えをもって、色々な取組みを協力して行っており、その一環として仙台FSセンターを設立しました。今後も青果の市場流通や自給率の向上など東北の青果業の発展に向けて頑張っていきたいと思っております。



製造ラインの様子

仙台FSセンターの設立

——仙台FSセンターについて教えてください。

まず一般的に、食中毒菌と呼ばれているものは3.5℃以下の状態を保つと繁殖限界を迎え、それ以上の繁殖はしないといわれています。より高額な設備やシステムを導入すれば、菌の抑制や鮮度保持は比較的容易に可能となりますが、取り扱う製品自体が非常に安価である当社としては、そのような方法で衛生管理を行うのは難しいのが現状です。また、薬品等を使用することで野菜の細胞が壊れてしまい野菜の美味しさが損なわれてしまいますので、搬入から出荷までの過程でいかに菌を増やさないか、劣化をさせずに納品まで行うかというのが大きなポイントになります。そして、カット野菜製造という分野は後発的に生まれたビジネスであるため、事業を行ううえでの法律等がまだ完全には整備されておらず、衛生管理や製品管理について明確な基準はなく任意となっている部分が多いです。そのため、どのような製造体制にすればより高いレベルの鮮度保持が可能となり、品質のいい製品を届けられるのかということを以前から考えてきました。

そこで当社では高い衛生レベルを担保するために、低温で野菜を保ち「安心・安全・新鮮」な野菜をお客様に届けるというコンセプトのもと仙台FSセンターを設立しました。「新鮮な野菜をより早くお届けする」という理念を掲げ、「Fresh」と「Speedy」の頭文字を取ってFSセンターと名付けました。また設立時には東日本大震災の被災地における農産物流通の復興事業として「先端農業産業化シ

ステム実証事業」の認定を受け、経済産業省から補助金をいただいております。当センターでは東北で採れた野菜を直接仕入れ、ワンストップで搬入から出荷、包装、製品の仕分け、配送まで行うという形を確立しています。当センターの特徴は、建物全体を5℃以下に保ち、搬入から出荷までの全工程において低温状態を保持することです。もともと生鮮食品などを生産・輸送・消費の過程で途切れることなく低温に保つ物流方式はコールドチェーンという言葉で表現されていましたが、当社ではその温度を5℃とするスーパーコールドチェーンを徹底しています。産地から取引先に納品するまで温度を一定に保つことはなかなか難しいのですが、これをきちんと管理することで野菜表面に付着する菌を減少させ、ロングライフのカット野菜提供が可能となっています。具体的には、従来カット野菜の消費期限は2、3日程度なのですが、当社のカットレタスは9、10日まで鮮度保持が可能となっています。5℃以下に工場全体を保つということはその分そこで働く従業員にとって大変な環境とはなりますが、野菜が好む温度帯に合わせて仕事を行うことで当社ならではの強みが生まれたと思います。消費期限が伸びることによって食材廃棄の削減などにも繋がりますので、取引先である事業者様にとっても大きなメリットとなり、売上も伸ばすことが出来ていると感じます。

当センターは上述のとおり365日24時間体制で製造や配送を行っています。青果というのは非常に劣化するのが早く、仕入れから配送までのスピードがとても重要になるので、この生産体制は必要不可欠です。また、こまめに配送を行うことで事業者様側から見ても、常に新鮮な野菜を提供できることや店舗での在庫管理負担を軽減できることなど多くのメリットがあると思います。

——仙台FSセンター設立において苦労した点などあれば教えてください。

当社のような中小企業では、大企業のように何十億円を要するフルチューンナップされた全自動の生産設備を導入することは不可能です。当社は少量多品目を取り扱い、取引先のオーダーによって毎日受

注量が変化するため、それに対応できるコンパクトで使いやすい設備が必要となります。少量多品目を製造するうえで必要な製造ラインの切り替えやこまめな清掃等をよりスムーズに行うことの出来る設備を整えるため、各種メーカーさんとの仕様変更や機械のスペック等についての打合せでの試行錯誤は数多くありました。生鮮產品の中でも肉・魚と比較すると青果分野は遅れて発展してきたため前例が少なく、実際の製造作業に適應させることが出来るのかという点で非常に悩みながら導入する設備を決めていきました。

現在働き手が少なくなってきたなかで、社会全体として外国人労働者の雇用や機械化の促進などが多くなってきたと思います。当社においてもパートさんの高齢化など働き手に関する課題が出てきているので、そういった課題に対応していくための設備改良なども今後必要となってくるだろうと思っています。



製造工程

衛生環境向上のために

——長年野菜を取り扱い続けるなかで、衛生基準の変化を感じることはありますか。

食品を取り扱う業界は、食中毒などの出来事が発生するたびにそれを防止するための法律が出来たり規制が厳しくなったりということを繰り返していくため、求められる衛生レベルはどんどん上がってきます。その変化のたびに生産ラインの変更や新たな機械の導入を行うのは決して簡単なことではないので、食品業界の中で単価の低いカット野菜事業を

行う企業としては毎回苦労しながら対応している部分です。

——新型コロナウイルス感染症拡大による影響や対応について教えてください。

取引先には多くの外食産業の事業者様がいるのでもちろん影響はありましたが、居酒屋やファーストフード、テイクアウトの総菜などその業種は多岐に渡っているため想定していたほどの大きな売上減少には至りませんでした。外食の新しいスタイルも確立されてきたと感じますので、今後当社の売上も徐々に回復していこうと考えています。また、コロナ禍という状況の中でも、新規取引先の獲得に向けた提案型の営業を行い取引先の拡大に努めてきました。社会全体として約2年間厳しい状況が続いていますが、今後もその時その時で自分たちが出来ることを考えながら取り組んでいきたいと思っています。



品質管理

持続可能な社会に向けた取組み

——御社が行っている「循環型農業」について教えてください。

当社のカット野菜製造ラインでは、野菜の皮や種、芯など1日に約4t近くの野菜残渣が発生します。その残渣処分にも結構な費用を要するため、野菜残渣を何らかの形でリサイクル出来ないかというところから循環型農業という取組みを始めました。当社の行う循環型農業とは、まず発生した野菜残渣を残渣処理機にて粉碎し、水分を搾り取りそこにカルピス菌を加えます。菌を加えることで効率よく残渣が

分解され、この時点で体積が約10分の1まで小さくなります。それを乾燥させてリサイクルセンターへ持ち込み、たい肥の製造へ活用していただきます。それが農家さんへ還元され、さらに農家さんが作った野菜を当社が仕入れ、納品するという形です。もちろん発生した残渣の量によっては一部焼却処分を行う場合もありますが、従来ゴミとして処分されていたものをできるだけ違う形で活用できればという考えでこの取組みを行っています。

——その他SDGsに関する取組み等実施されていることはありますか。

近年SDGsという言葉が強く意識されるようになってきておりますので、当社としても自然環境維持のために出来ることから取り組んでいます。社内では工場内排水の冷熱を利用した電力量削減や、リサイクル資材の積極的活用、省エネ機器の導入等を行っています。また取引先と協力して、循環型農業以外にも野菜残渣のリサイクル方法がないか開発や研究を進めるなど様々な角度からSDGsに関わる取組みを実施しています。今後は現在の取組みに加え、地元の子ども食堂などへの野菜の寄付等地域貢献に繋がる活動も積極的に行っていきたいと考えています。



製品

安定供給の継続と新規事業への挑戦

——今後の事業展開や御社の目標などについて教えてください。

当社では今後の事業強化に向けた成長基盤の構築ということで5つの重点項目を挙げています。

1つ目は、製品の安定供給を徹底することです。温暖化や異常気象の影響などを受け、近年は取引先からの要望や優先事項が変化してきました。以前は地産地消や取引先の農業参入などに関する要望が多かったのに対し、現在は第一に安定供給をして欲しいという声が多くなっています。またコロナ禍では海外からの農産物輸入状況も非常に不安定になっているため、さらに安定供給を重視する取引先が増えています。当社はその要望に最大限応えるために国内・海外両方の産地調達に努めています。その他にも、野菜流通カット協議会などを通じて農林水産省との繋がりを図り、様々な産地や品種についての情報収集を行うとともに農家さんの作業負担軽減のためスマート農業に向けた取組みも行っています。こういった活動を積み重ね、年間を通して天候等を問わずにきっちり取引先に製品をお届けすることをさらに目指していきたいと思っております。

2つ目は、物流センター・製造工場の拠点拡大です。仙台FSセンター設立から約8年が経ちますが、ありがたいことに24時間フル稼働が必要なまでに受注を増やすことが出来ました。今後事業の拡大を検討していくうえで、拠点の拡大が必然的に求められてくると考えています。

3つ目は、新規マーケットへの参入や真空加熱野菜の製造販売、コンシューマー向けカット野菜の製造販売など新規事業への取組みです。その中でも、真空加熱野菜についてはまだ当社の製造体制は整っていないものの、現在はデリカフーズ^(株)様の真空加熱野菜を当社のカット野菜とともに配送する役割を担っております。真空加熱野菜は「焼く」「蒸す」「煮る」に次ぐ第4の調理法と呼ばれ、店内調理における人手不足の解消やメニューのバリエーション増加、生野菜だけでは不足しがちな野菜摂取量の増加に役立つほか、生のカット野菜と比較すると消費期限も長いこと現在需要が高まっています。これまで全工程を店内調理していた外食産業でも、近年はバックヤードの人員削減や迅速な食事提供のためにカット野菜や加熱野菜の導入を検討・導入するところが増えてきています。配送している加熱野菜は一律の重さ・大きさにカットされている野菜を1度加熱してそれをブラストチラーで急速冷却したもので、電

子レンジ等で温めるだけで食べることが出来る状態になり、野菜の栄養価やカロリーを損なうことがありません。加熱野菜の活用が広がると同時に、使いやすい1食毎の真空パックを作ってほしいなど事業者様それぞれからの細かい要望も出てきているので、今後当社でもそのような声に応えるために真空加熱野菜の製造販売を展開していきたいと考えています。もちろん現在取り扱っているカット野菜の製造販売も継続しながら、事業の幅を広げることで他社との差別化を図ってまいります。

4つ目は人材教育です。会社は人なりという言葉がありますが、今後事業の多角化を図っていくうえで社内教育や人材育成は必要不可欠だと思いますので、今後も衛生トレーナーの育成・配置や勉強会の実施、外部セミナーへの参加促進などに取り組んでいきたいと思っています。

5つ目は衛生環境や管理体制の強化です。2020年にFSSC22000を取得し、2021年は無事その更新を行うことが出来ました。食に関わる事業である以上、品質管理の面は常にアップデートしていかなければならないと日々感じていますので、引き続き高いレベルの衛生環境を保てるよう努めてまいります。

他にも事業を行うなかで事業者様から色々な要望や依頼をいただき、その中には自分たちでは想定していなかったような要望があることもあります。しかし、その都度試行錯誤してハードルを乗り越えていくことで、間違いなく会社としてのレベルアップやサービス向上が出来ていると思います。今後もその姿勢を変えず常にチャレンジしていきたいです。



配送

変化を恐れず挑戦の姿勢を忘れずに ——会社経営で大切だと思うことについて教えてください。

昔から「お客さまと社員は宝である」という意識は常に持つようにしています。お客さまあつての商売であり、社員がいてこそ会社が成り立つので、経営者自身はその次だという考えは今後も大切にして一生懸命頑張っていきたいと思っています。

今はスーパーに行けば、旬の季節を問わず様々な野菜が並んでいます。野菜を取り扱っている企業としては、旬の野菜が1番美味しく1番栄養価が高いということをもっと多くの人に知っていただきたいという思いがあります。長く商売をやっていると、世の中が便利になるということはその反面薄れていってしまう部分もあると感じます。しかし、商売をしている以上、時代に合わせ変化していくお客さまからの要望に応えていかなければなりません。そのためには狭い世界ではなく俯瞰的に社会全体を見てその変化を感じ取ることが重要であり、そこで求められていることに臨機応変に対応していく必要があると思います。このことはあらゆる業種で言えることだと思いますし、私自身常日頃から社員に対しても、世の中の動向を見る力を養いながらお客さまのために変化を恐れず色々なことに挑戦するよう伝えていきます。



小野社長

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御発展をお祈り申し上げます。

(2021.12.20取材)