株式会社 マーマ食品

DATA

［代表者名］代表取締役社長　伊藤　紘　［設　　立］1958年4月
［実施場所］〒025-0084　岩手県花巻市桜町4-241-2
［資 本 金］1,000 万円　［従業員数］52名
TEL.0198-24-6811　FAX.0198-24-6847
［事業内容］スーパー、外食向け惣菜製造卸、自然健康食品および米飯、ホテル旅館食材加工卸、全国通信販売
［U R L］http://www.mama-foods.com/
E-mail. mama6@mama-foods.com

24年度 事業計画名　クックフリーズ方式による長期保存冷凍和惣菜の開発並びに直販体制の構築

頒布会方式の直販体制を確立し、一般消費者への販売に着手。心とからだに優しい和惣菜を提供

「クックフリーズ方式」と「深絞り真空包装」により長期保存が可能となる冷凍和惣菜の開発に着手。業務用和惣菜の製造、販売に限らず、一般消費者向けの通信販売を指向し、新たな事業展開と経営の安定化を狙う。

安全、安心な和惣菜を工場から直接お客様に

昭和33年に味付けメンマの製造、販売から始まった当社は現在、和惣菜を中心とした業務用のチルド食品やレトルト食品などを製造し、県内のスーパー等に販売している。岩手県産の食材を中心に使ったこれらの製品は、化学調味料、保存料、着色料などは使用していないため、おいしく安全、安心な食品と高い評価を得ている。

近年、スーパーは大手スーパーの系列下となるところも多くなり、惣菜の内製化が進んでおり、当社が納品する製品の価格対応も難しくなってきていた。

また、当社では東北地区を営業対象とした経営を行なってきたが、経営安定化のため販路の拡大が急務となっていた。こうしたことから従来のB to B（企業間取引形態）に加え、B to C（企業からお客様個人への取引形態）として商品企画から製造、価格設定を自社で行う頒布会方式で通信販売体制の確立を目指すこととした。

沸騰したお湯で約1分。湯せんにより食卓へ。自然解凍や電子レンジも可能な「毎日のお惣菜」。

急速凍結冷凍庫と深絞り真空包装機の導入

実店舗を持たず全国展開を可能とする通信販売の実施にあたり、顧客に対し定期的に旬の和惣菜をお届けする頒布会方式を採用した。注文に応じ遅滞なく商品を発送するには商品の量産化が必要であった。この量産化を図るうえで課題となったものが、商品の殺菌、凍結方法であった。

従来の殺菌、凍結方法は、加熱後に冷却・凍結する緩慢凍結であり、凍結能力も小さかったことから冷却・凍結には多くの時間を要していた。こうしたことから、量産化のためには商品を短時間で急速に凍結する必要があったため急速凍結冷凍庫を導入した。この急速凍結冷凍庫は、加熱された商品を凍結冷凍庫に入れた後、約30分で凍結を開始し、90分で商品の中心温度を－５℃以下まで下げ、その後に－18℃まで急速凍結するクックフリーズ方式が採用されている設備である。

頒布会方式による通信販売では１食分をパック詰めにした和惣菜の販売となるため、小パック詰めに対応している深絞り真空包装機を導入した。この真空包装機は包装容器の成形からバキューム、容器のカッティングまでの包装工程を自動処理する設備である。

この設備の導入は１食分の個別包装を実現させ、消費者の利便性向上につなげている。

「クックフリーズ方式」が採用されている急速凍結冷凍庫。

量産体制と計画的生産の確立

急速凍結冷凍庫の導入により急速凍結された商品は、商品に付着する細菌の増殖を妨げ、死滅させながら冷凍保存されるため、賞味期限を１年間という長期間に設定できることから計画的な生産が可能となっている。

生産能力が向上し量産体制が整ったことにより、冷凍で個別包装された煮物10種類をセットにした商品、「毎日のお惣菜」を頒布会方式により販売を開始している。通信販売により工場から消費者へ直送する和惣菜専門工場は皆無なことから、今後もこの通信販売が支持され、受注の増加につながるものと期待している。

一連の包装工程を自動処理する深絞り真空包装機。

ライフスタイルやニーズに合わせた安全、安心な惣菜の提供

創業以来、当社が大切にしてきている地元産の原料調達および化学調味料、保存料、着色料を使用しない調理方法をこれからも継続し、通信販売の新規顧客の開拓、リピーターを増加させることが経営安定化の鍵と考えている。

現在は当社のホームページと電話で受注し、毎月各種の和惣菜を宅配により一般消費者に届ける頒布会を運営しており、今後も一般消費者からの受注の増加を目指していきたい。

また、ライフスタイルの変化や健康志向の高まりに合わせ、マクロビオティック（玄米や雑穀、野菜、海藻などを主体に摂取する食療法）やベジタリアン（採食主義者）向け食品の開発も視野に入れ、経営力の向上を図って行きたい。

「一般消費者を対象とすることにより、和食の価値を見直す契機になった」と語る、代表取締役社長の伊藤紘さん。