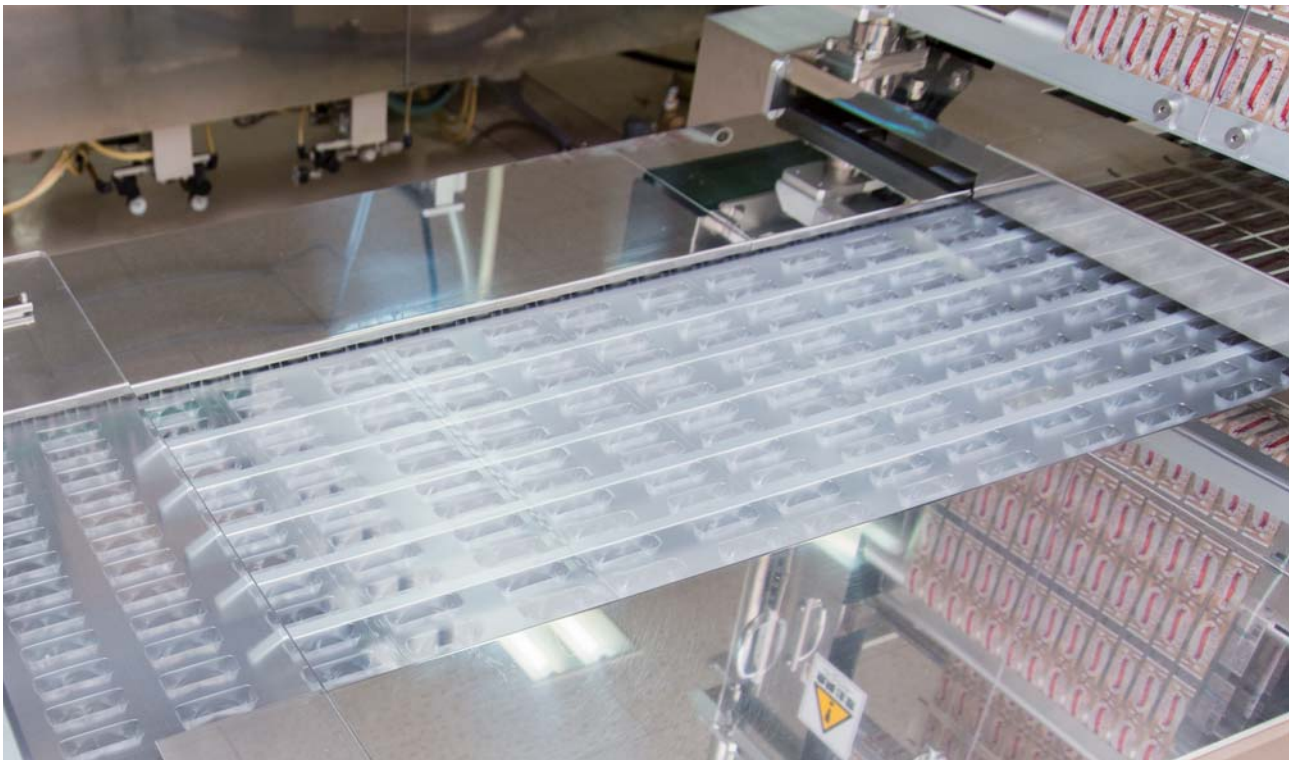


株式会社サラミ家

事業計画名

深絞り真空機導入による新商品開発と新規市場開拓

商業施設から一般消費者まで好評の小さいサイズの真空パック
今後の需要拡大を見込み、新商品の開発も視野に



深絞り真空機 小さいサイズのドライソーセージが1本ずつ真空パックされて流れてくる。

事業の背景・目的

現在、ほとんどの製品は袋物であるため、一度開封すると、冷蔵庫で保存しても2～3日以内に食べていただかなくてはならない。当社の製品は、添加物を必要最小限しか使用していないため、開封後1週間程度で劣化

する可能性がある。

当社の既存製品の1本真空パックより小さいサイズの製品化要望は、以前からアミューズメント業界よりあったが、設備導入費のこともあり、要望に応えられずにいた。

企業データ

サラミソーセージおよびドライソーセージ、乾燥食肉製品などの製造、販売。

ドライソーセージは、職人の手による天然腸とオートメーション化によるコラーゲン製の人口腸の2種の工程で製造。最小限の添加物のみで原料肉をふんだんに使い、肉の風味を味わせる製品



代表取締役 竹永 倫之

代表者	竹永 倫之
住 所	山形市北町四丁目3-7
電 話	023-684-6511
FAX	023-684-5061
e-mail	sarami8@car.ocn.jp
URL	http://www.saramiya.com
設立年	昭和62年10月
資本金	7,500万円
従業員	33名

事業内容

製品を入れる型を作り、ドライソーセージを1本ずつ型に入れ、真空パックにしていく、深絞り真空機を導入した。

要望のあった小さいサイズのドライソーセージは、小さい型を作ることが可能になり、1本ずつの真空パックの新製品が商品ラインナップに加わった。これまで小さいサイズの製品は袋に詰めて真空かけをしていたものが、

型に入った状態で出てくることで、流れ作業の効率が高くなった。

要望のあったアミューズメント業界の商品としての使用の他にも、1本ずつの賞味期限が120日間であるため、好きな分だけ食べることができる。残った分は保存できるため子どもを持つ消費者等にも好評だ。

事業の成果

設備導入当初は、小さいサイズの製品は手間がかかることもあり、多少時間がかかっていたが、現在は作業の流れが確立され効率よく生産化できるようになった。小さいサイズのドライソーセージの製品化が可能になったことで、全体の売上があがっている。

アミューズメント業界だけでなく、スーパーやコンビニからの要望もあり、新市場の開拓においても成果があがりつつある。



今後も需要が見込める1本ごとに真空パックされた小さいサイズの製品。

今後の展望

小さいサイズの製品は、今後もまだまだ需要が見込める。ドライソーセージだけでなく、すでに他社で製品化しているものにチーズがあるが、他にもおつまみ系等の新商品の開発に取り組んでいき、さらなる新市場の開拓を目指していく。



今回導入の深絞り真空機。