

# 冷凍果物・野菜の鮮度維持の向上と 視認性を一新する包装技術の確立

設備投資

ものづくり技術：接合・実装＋表面処理

株式会社八ちゃん堂（みやま市）

## 本事業への経緯

### 新しいことにチャレンジする風土が 新商品を生み出してきた

同社は、たこ焼きの移動販売で創業、カプセル式店舗を開発し、F C展開によって事業を拡大。昭和 57 年 8 月には業界初の冷凍たこ焼きを製造・販売するなど、常に新しいことにチャレンジする風土をつくり上げてきた。

みかんの皮をむいて丸ごと冷凍した「むかん」もその一つである。冷凍みかんは、皮をむく手間がかかり、皮などのゴミも出る。そのことを不満に感じる消費者が増えているのも事実だ。そんな消費者の不満に注目し誰もが簡単に、美味しく食べられるように皮をむいた商品として「むかん」を開発。1 個 1 個包装して、おにぎりの包装と同じように簡単に開封できるなど、消費者目線の工夫も凝らし大きなヒット商品となった。

福岡県は野菜や果物など、豊富な農産物に恵まれている。しかし、一方で果物を食べる人が減り、消費が伸び悩んでいるという問題も抱えている。同社は、新しい発想の下、たこ焼きやみかんの冷凍技術で培ったノウハウを活かし、果物を使った新しい冷凍食品を開発し、新しい市場を創造したいと考えている。

## 事業の内容

### 冷凍果物の多くはパッケージで中身を 判断する

商品化に当たり設けたテーマは、長期保存ができ、美味しい冷凍果物の開発だった。通常、冷凍された果物は、スーパーなどに設置されている冷凍食材・食品コーナーなどで売られている。果物は水分が多いため、冷凍しても時間が経つと霜が付く。霜が出始めると劣化が進む。例えば、冷凍果実として一般的に取扱いのあるブルーベリーは、店頭で販売していると、冷凍ケースの中に入れていても、扉の開け閉めや移動によって温度が変化する。そうした環境下では、ブルーベリー本体から水分が水蒸気になって外に出てしまう。それが包装袋や容器の中で固まって霜ができるが、一度出

た水分はブルーベリーには戻らないため、ブルーベリー本体は乾燥が進み鮮度が落ちてしまう。そうなる価値が下がるため、販売側としても商品を破棄せざるを得ない。

賞味期限も短くなるので、スーパーなど販売者にとっては扱いが難しいものの一つかもしれない。一方、消費者から見ると、冷凍食品は中身が見えないものが多い。その分、パッケージに書かれた情報から、その価値を判断するしかない。商品パッケージは、華やかなものやインパクトが強いものが多い。商品によっては、中身との違いに戸惑った経験をした消費者も多いと聞く。

このように販売者、消費者双方が抱えている冷凍果物に対する不満を解決するために、これまでにない新しい冷凍果物の開発に挑戦した。

## 事業の成果

### 冷凍しても霜が付かず、鮮度を長期 保持できる業界初の冷凍果物

果物の形状や鮮度が消費者にも見ることできて、冷凍による鮮度の長期保持を可能にするという課題に対して、同社がアプローチしたのは、はこれまでにない生鮮果物や野菜（食材）の真空スキンパックによる包装の実現だった。

スキンパック包装とは、単なる真空パックと異なり、食品の形状に合せ文字通り皮膚（スキン）のように特殊フィルムを真空密着させる包装方法のことだ。この方法では、フィルムを密着させ真空状態にすることで果物から離水が発生しないため霜が付かない。乾燥も抑え、瑞々しいシズル感も表現できる。見た目は、取れたての果物そのものだ。フィルムが透明なため、中の食品の形や色、鮮度などについて、そのままの状態を見ることができる。これまで包装袋のイメージしか分からずに不安や不満を抱いていた消費者も安心して購入することができるようになるだろう。

従来の生鮮カットフルーツは、消費期限が極端に短いラッピングのみの包装に対し鮮度維持を伴う消費期限の延長が可能となり、廃棄ロスの減少にも貢献できる。スーパーなど販売者にとって、廃棄などのロスが

減少はコスト削減につながることから歓迎される。

スキンパックは、海外では認知され始めたが、日本国内では果物や野菜（食材）等鮮度維持を目的とする真空スキンパックは、コスト高が障壁となって商品化がなされていないようだ。そのため、同社オリジナルのスキンパック設備を海外から輸入した。当然、食品を包む専用のフィルムもない。前例のない商品開発だけに、同社では食品を載せるトレイや食品を包むフィルムについて、最適な素材や厚さを研究した。特にフィルムは、果物の種類や形によって厚さを変えるなどの調整が必要になるため、素材毎に最適なフィルムの厚さを見つけ出すための試行錯誤を繰り返した。

研究の結果、真空スキンパックの実用化にたどり着き、現在はみかん、葡萄、パイン、苺など 6 種類の果物を商品化している。

## 今後の課題・展望

### 5 年、10 年後には新しいスタンダードに育てたい

国内は、単身世帯数の増加（2015 年には全世帯数の 1／3 超の見通し）に加え、高齢化の加速に伴い加工済み食品・食材への需要が増加している。また、高齢者向け介護施設や要介護世帯の増加が続くなか、給食需要の拡大も見込まれる。そうした時代背景を考えると、スキンパック包装による長期保存可能な加工済み食品のニーズは更に高まるだろう。

同社は、価格低下に打撃を受け、新たな消費先を求めていた地元みかん農家と連携し、冷凍蜜柑「むかん」を 24 年度に商品化、大手コンビニ、流通大手に供給し 25 年度売上前年比 200%UP を達成した実績を持つ。こうして開拓した取引先から高級食材のスキンパック化の開発要請も受けており、安定的売上が可能と判断している。販売を加速させるためには、幅広い層か



従来のラッピングのみの包装では、霜が付きやすい。



スキンパック包装では、霜が付にくく、新鮮な状態で長期保存ができる。



スキンパック包装  
試作品

試作：ブルーベリー



試作：みかん

ら支持を得られる価格の実現などの課題も認識しており、量産化と併せて研究を続けているところだ。まだ、限られた店舗での販売なので、認知度が低い。これから徐々にブランド化して、5 年、10 年後には、新しい食品のスタンダードに育てていきたいとしている。

今回の設備投資では、果物の真空スキンパックを実施し、商品化のめどが立ったことから、今後は、状況を見ながら量産化に向けた動きを加速させたい考えだ。また、第2期として、導入設備を用いてスパゲッティやピザ等のスキンパック化も目指す。そして、その後は給食用加工食品のマーケティング調査を行ないながらニーズが高いスキンパック加工食品の開発を計画している。

## 企 業 概 要

|       |                                 |         |                             |
|-------|---------------------------------|---------|-----------------------------|
| 会 社 名 | 株式会社八ちゃん堂                       | 創 業     | 昭和52年 2月                    |
| 住 所   | 福岡県みやま市山川町尾野736番地               | 事 業 内 容 | 加工冷凍食品の製造・販売                |
| 代 表 者 | 川邊 博之                           | 従 業 員 数 | 120人                        |
| 連 絡 先 | TEL0944-67-3123、FAX0944-67-2838 | ホームページ  | http://www.hatchando.co.jp/ |
| 資 本 金 | 3000万円                          |         |                             |