

無塩乾麺の生産性向上を図り 広域のマーケットに挑む

はたけなか製麺株式会社

事業テーマ ▶ 塩分無添加製麺工程の高度化及び塩分無添加製麺法を活用した新商品開発

◆創業120余年を数える白石温麺の老舗

はたけなか製麺株式会社は明治23年の創業。白石温麺の老舗として120余年の長きにわたり、江戸時代から続く油を使わない伝統製法を守り続けている。同社では昭和58年に機械化によって途絶えていた「足踏み手延べ製法」を復活。創業時から手延べで培ってきたその技は、ライン製造の麺作りにも生かされており、現在に至るまで高付加価値商品を続々と送り出してきた。同社では平成27年春、東北大学大学院農学研究科との産学連携で食塩相当量0gの「無塩ZERO温麺」を開発した。当時のエピソードを5代目である代表取締役社長、佐藤秀則氏は次のように振り返る。

「他社による先行品はあったものの、無塩乾麺にマーケットはないというのがコンサルタントの意見でした。一方で減塩など、健康に対する消費者のニーズは高い。そこで当社は宮城県内をマーケットとしてテスト的に無塩の温麺を開発、販売しました。東北大学との産学連携開発商品ということで話題を呼びましたが、おそらく当社独自の開発ではここまで注目を集めることはなかったでしょう」。

「無塩ZERO温麺」は宮城県内のスーパーマーケットや同社併設の販売所、同社ホームページで販売されており、売れ行きも好調だ。最近では日本高血圧学会が提唱する減塩弁当にも採用された。

◆人の手による給水作業を自動機械化に

一般的な製麺は、小麦粉に塩分を含んだ水を加えてミキサーで練り混ぜて帯状の麺体にし、熟成後に延ばして切り出すという工程を踏む。同社ではミキサーへの給水にコンピュータ制御の給水装置を用いているが、無塩乾麺の製造では塩分混入



を防止するため、給水を手作業で行っていた。「無塩ZERO温麺」に続き、「無塩うどん」や「無塩そうめん」などの新商品開発を目指していた同社にとって、作業効率の向上を図ることは一つの課題であった。

「これまでの無塩乾麺の生産量は1日あたり最大で1,200kgでした。今後を見据えた場合、手作業による給水では生産量に限界がありますし、コスト高にも結び付きます。そこで、給水作業を自動機械化して作業効率の大幅な向上を図るため、ものづくり補助金を活用しました」。

こう語るのは、専用給水器導入の陣頭指揮を執った執行役員の大友基史氏。機器導入は異物混入リスクの低減を図ることも目的だったという。同社ではステンレス製タンクや架台の導入と配管工事を同時に行い、無塩乾麺専用の自動送水システムを構築したほか、東北大学大学院農学研究科の協力を得て、無塩うどん・そうめん・きしめんの試作を行った。

◆生産性が飛躍的に向上 3種の乾麺も開発

「自動送水システムの構築直後にトライアルを実施したところ、従来の生産量の1,200kgに対して1,950kgという大幅な向上が見られ、現在では最大3,000kg近くまで生産量が伸びました。その上、加水計量ミスや異物混入防止の効果も期待できます」と語る大友氏。通常製法の麺と比べて30%程度であった無塩乾麺工場稼働率は50%まで改善し、コストパフォーマンスを高めることにも成功しているという。

また、試作開発にあたっては、東北大学大学院農学研究科



無塩乾麺専用の送水システム



補助事業により無塩シリーズは3種類のラインナップとなった

による製麺工程改善などのアドバイスと、「無塩ZERO温麺」を開発した際のノウハウを生かしながら実施。試作した3種類の麺の分析は宮城県産業技術総合センターに依頼し、熱量測定装置とテクスチャー評価装置を用いて塩分相当量と製品の硬さを測定した。無塩であることが証明されたほか、ゆであげ後の食感についても有塩のものと遜色のない結果を得ることができた。

◆消費者の心をくすぐる商品開発を

現在、「無塩そうめん」と「無塩うどん」は東北地方を中心に営業展開する卸売業者のPB商品として発売されている。PB商品としての販路開拓は同社にとって初の試みだ。

「温麺は地域性の高い商品だけに、他県への展開は難しい面があります。無塩うどんやそうめんは、より広域なマーケットに進出するために開発しました。関東以南についてはスーパーマーケットでのPB展開を目指して相手先を探している段階です。我々は作ることは得意ですが、売るのが苦手なものですから。こういった取り組みを試しながら戦略的に販売していると考えています」と語る佐藤氏。無塩きしめんの発売については、マーケット規模や先行の2商品の売れ行きを見ながら

検討していくという。

そのほか、同社では宮城県登米市の農業法人と協力して、野菜パウダーの優しい色彩を温麺で表した「おやつ彩温麺®」に続く同シリーズのそうめんを平成30年春に発売予定。続々と高付加価値化商品を開発する同社が目標に掲げるのは、消費者の心をくすぐる商品作りだ。この思いを会社全体で共有しながら時代を見据えた戦略を次々と打ち立てている。

会社概要

会 社 名	はたけなか製麺株式会社
代 表 者	代表取締役社長 佐藤 秀則
所 在 地	宮城県白石市大手町4-11
資 本 金	5,000万円
従 業 員 数	41名
業 種	製造業
設立年月日	昭和5年7月(創業 明治23年7月)
TEL	0224-25-0111
FAX	0224-25-0115
EMAIL	men@hatakenaka.jp
URL	http://www.hatakenaka.jp



自立心と決断力を備えた人材に恵まれた会社です



代表取締役社長／佐藤 秀則 氏

私が言うのもおかしい話ですが、当社には優秀な人材が非常に多く揃っています。ですから今の私の仕事は、この会社が200年、300年と続いて行くことができる戦略を考えることが中心で、実務的な仕事は全部現場に任せているんです。そして、仕事を任せれば任せるほど、従業員全員に自立心や決断力が備わってきました。最近では「こんな商品を作ってみよう」という声も出るようになり、工場長は嫌になるほど試作品を作られていますし、それらの試食会がほとんど一年中行われています。彼らの「他社より勝る商品を作りたい」という使命感は私自身も感じますし、当社の規模でこれほど人材に恵まれているのは希有なことだと思います。ですから、次の後継者は社員の中から出てほしいと考えています。家業から企業へと転換するためにも、やる気のある人間で、やれる人間に託していきたいですね。