

モチクリームジャパン株式会社

- 所在地:兵庫県神戸市中央区北野町3-1-6 ○TEL:078-200-3050 ○設立:平成20年1月17日 ○代表者:代表取締役 海老澤 創
- 従業員数:184人(平成30年6月現在) ○資本金:1,000万円 ○E-mail:info@mochicream.com ○HP:http://mochicream.com/
- 事業内容:MOCHICREAMライセンス事業、菓子製造販売、飲食店・専門店の経営
- 主要生産設備:蒸練機、スチームコンベクションオープン、自動包餡機、ミキサー、エンローパー、レボパン、深絞り真空包装機など

事業計画名

お餅を「つきたての、やわらかいまま」包装し、長期間保存を可能にする技術の確立



お餅は「かたくなる」「加熱すると溶ける」「粘着性が高い」という3つの特性から、今まで不可能であったやわらかいお餅の製品化を、深絞り真空包装機とボイル装置設備の導入、および当社の独自製法(特許出願中)により実現させる。

取り組みの背景

「モチクリーム」は、2004年に大阪で1号店を開店して以来、全国に100店舗以上を有する小売業からの始まりであったが、2013年ごろから店舗の撤退を進めるとともに自社工場や営業所を新設し、卸売業へシフトしている。現在主だった事業は、お餅デザートやアイスクリームの製造と、国内外の小売業への販売である。

2015年11月に、「つきたてのやわらかいまま持続するお餅」の独自製法についての特許出願を行った。消費者につきたてを食べるフレッシュ感とおいしさを感じてほしい。さらに、焼いたりレンジで加熱調理したりといった手間が不要で、「いつでも」「どこでも」手軽に柔らかいお餅を食べることを可能にしたいと考えていた。

取り組みの目標

- 温度並びに時間の数値の決定
- 圧力並びにフィルム素材の選定
- 手軽で簡単に食べられる、おいしいお餅の普及

取り組みの内容

「かたくならない」「加熱しても溶けない」「のどに詰まらない」の3点を満たし、手軽に生食できるお餅を目指した。それには、お餅を柔らかいまま長期間保存できる技術を確立する必要があった。そこで、深絞り真空包装機とボイル包装機を導入し、包装時の最適な圧力設定と、加熱による殺菌法の確立を図った。深絞り真空包装機の圧力調整機能、およびボイル装置の温度制御機能を活用し、ある一定の温度に保った状態で包装済みのお餅をボイル殺菌したところ、60日経過した製品の菌検査と食味検査で問題ないことが確認できた。さらに、3パターンのフィルムによるお餅の真空包装を行い、最適なフィルムを選定した。

ただ、もち粉100%のお餅にこだわったため、加熱殺菌時にはフィルム内でお餅が溶けてしまう。そのためお餅がフィルムにくっついてしまい、開封しても取り出せないということが判明した。今後は、米粉を加えて粘りを抑えたお餅にしたり、二重構造にしたうえ焼餅にして形状を維持するようになりなど、改良を加えて商品化にこぎつけたい考えである。

同社の強み

- ・お米を主原料とした商品に特化し経営資源を集中
- ・様々な要望に応える提案力と素早い商品開発力
- ・10年以上にわたり継続する海外展開の取り組み

ポイント

お餅のイノベーション「モチソース」



【モチソース】

独自製法のやわらかいお餅は、「お正月にみんなで一緒にお餅を食べる文化をこれからも残したい」という願いから生まれた。水分調整することにより、嚥下困難者や危険回避で控えている高齢者の方々にも安心して食べて頂ける「喉に詰まらないお餅」や、「食品の上からかけるモチソース」などの商品開発に成功している。モチソースは、昨年12月から3月までの期間、全国チェーンのたこ焼き店で「もちチーズ明太たこ焼き」として発売され、沢山の美味しいという声を頂いたほか、モチを絞ってかけるというパフォーマンスも話題となった。今後さらに「鍋のメ、パン、デザート」などの他、新たな需要や海外展開を期待している。

スーパーの生鮮品売場での展開を目指す

お餅の原料はお米であり、大根を使った「おろし餅」や枝豆を使った「ずんだ餅」に見られるように、野菜と相性が良い。果物とお餅を使えば、フルーツ大福を作ることができる。お餅を手軽に食べられるよう普及させるには、スーパーの生鮮売場にお餅が並ぶのが良いと考えた。イチゴのある果物売場にコンデン

スミルクが置いてあるように、野菜や果物と当社のお餅が並ぶことを目標としている。お餅を鍋に入れたり、サラダに乗せたりなど、新しい食べ方の提案をして多くの人にお餅の生食文化を浸透させたい。食べ方や使い方の改革があれば、若い世代への普及も可能だと考えている。



【スーパーの生鮮品売場でのイメージ】

日本の餅文化をグローバル展開

アメリカでは、お餅とアイスを組み合わせた「モチアイス」が一般に普及しており、日本を代表するお菓子として知られている。しかし、現地で生産販売されている商品は、原料および製法や繊細な配合の違い、またそもそも生産者が根本的にお餅を理解していないという要因により、当社の商品力の方が圧倒的に優位であると考えている。5月~6月にシカゴとニューヨークで開催された展示会では、1万人規模の来場者へモチアイスの試食を行ってもらい、「今まで食べた事のない美味しさだ」と大きな反響があった。今後は、アメリカでのモチアイスのトップシェアを狙うとともに、会社の海外売上比率を1割から5割に伸ばし、グローバル化を目指す。

社長の声



モチクリームジャパン株式会社
代表取締役 海老澤 創氏

スイーツで日本を元気に、世界を笑顔に

今回の新規事業では、農業に参入して稲作から関わりもち米粉を作るプロジェクト、やわらかい生もち製品や嚥下困難者用食品などの米粉加工製造プロジェクト、それを百貨店や介護施設に卸す卸売販売プロジェクトの3つを進めています。加えて、ポートアイランドの土地に介護食工場をつくり、神戸医療産業都市の一角を担うことも構想しています。

IT技術が発達し、膨大な情報が飛び交う現代社会では、世界のスピードに対応しないと持続的な経営は困難だと考えています。

「スイーツで日本を元気に、世界を笑顔に!」このコンセプトを基に、アジア、アメリカ、ヨーロッパでも“Made in Japan”の新しい味として喜ばれ、世界中に笑顔を増やすことが私たちの夢です。