サクラフーズ 株式会社

廃棄野菜や規格外野菜を活用した京野菜加工食品の製造開発

京野菜製造で大きな問題となっている廃棄野菜や規格外野菜を有効活用するとともに、コロナウィルスの影響によって廃棄ロスが発生するホテルやレストラン向けに、長期保存が可能な業務用食品として無添加京野菜スープ の製造開発を行う。

■ 代表者	保井　治	■ 所在地	〒603-8476 京都府京都市北区大宮南箱ノ井町18番地の3
■ 設　立	2012年2月1日	■ TEL/FAX	TEL. 075-494-1620 / FAX. 075-494-1621
■ 資本金	3,000千円	■ URL	https://sakurafoods.kyoto/ ◆ https://www.kyosoup.com/
■ 従業員数	0人	■ E-mail	kyosoup@gmail.com
■ 業　種	食品製造卸	■ 得意分野	食品加工

企業概要

フレンチシェフを経て1988年に食品製造卸業として独立。2012年に法人成り。ホテルやレストラン向けのオリジナル商品開発・食品製造加工の他、消費者向けに京都府産野菜を使用したスープを製造販売。厨房兼自宅で1日1組予約客限定のフレンチレストラン「やすヰ」も営業。

仏蘭西料理店やすヰ

スープを作る
保井代表取締役

主要製品

業務用食品（野菜ペースト、フォンドボーなど）、京野菜スープ

京野菜スープ。かぼちゃ、しいたけ、枝豆など24種類。旬の野菜を使用し毎月2アイテムずつ製造

主な保有設備

当社厨房

目的、取組のきっかけ

◆ コロナで事業環境が激変

当社は、ホテルやレストラン向けにフォンドボーやソースなどの業務用食品を製造販売してきました。しかし新型コロナウイルスの感染拡大で、取引先が軒並み休業に追い込まれ売上が激減。同時に、取引先では営業の見通しが立ちにくい中、長期保存できる加工食品のニーズがありました。そこで過去に開発した京野菜のレトルトスープの製造販売を本格化させることにしました。

◆ 見た目は不揃いでも味は確か。京野菜の規格外品を活用

当社は京都に拠点を置き、生産農家とのつながりを含め京野菜※との深い関りがあります。京野菜は、全国的に著名なブランドでありながら、生鮮食品であるため賞味期限が短く流通に制約があります。流通を広げるためにも、加工食品として用途を拡大することが求められています。また不揃いな形など、規格外品は市場に卸せず廃棄されることも多々ありました。そこで京野菜の規格外品を活用した製品開発を試み、2017年に「京野菜スープ」を開発しました。

ただし、当初は主力商品のソースやフォンドボーの製造が中心であったため、「京野菜スープ」は余力を活用したささやかな新規事業に過ぎませんでした。しかし、コロナ禍で環境が激変し、「京野菜スープ」の製造拡大に踏み切りました。

※本文での京野菜とは、京都府産の野菜全般を指しています。

取組内容

◆ 往復5時間の外部委託から内製化へ

「京野菜スープ」製造拡大にあたって、課題となったのが製造工程の効率化でした。「京野菜スープ」は製造工程のほとんどが当社代表一人による手作業であり、現状の工程のまま製造量を増やすことは不可能でした。

とりわけネックとなっていたのが、レトルト食品には欠かせない高温殺菌工程です。当社では高温殺菌設備を保有しないため、外注に頼らざるを得ませんでした。近隣では小ロットの高温殺菌を請け負ってくれるところが見つからず、兵庫県たつの市の食品加工工場まで高速で往復5時間かけてパウチされたスープを運び、高温殺菌が完了した2日後に引き取りに行くことを繰り返していました。しかしこれでは、製造量拡大を阻害するだけでなく、原価高止まりの要因となってしまいます。高温殺菌工程の内製化が喫緊の課題でした。

小型レトルト釜。1回70分で60パックの高温殺菌処理ができる。

そこで補助事業により、2020年に真空包装機とレトルト殺菌釜を導入しました。

真空包装機。同時に2パック、真空度95%の完成度の高い包装ができる。

当社で保有していた真空包装機は老朽化しており、充填したパウチに空気が残り高温殺菌時の過熱ムラが起こる恐れがありました。新設備導入でより安全性の高い製品を提供することができるようになりました。

また高温殺菌工程を内製化することで、たつの市まで2往復していた合計10時間を削減できただけでなく、少量ずつ製造することができるようになりました。以前は外注先への往復回数を減らすためにも最低1000パックを1回の殺菌量としていたため、スープの製造にはまとまった時間が必要でした。現在は60パックずつ高温殺菌できるので、空き時間に必要な分を少しずつ作れるようになり、結果として製造量も増加しました。

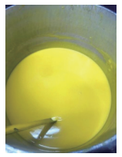
◆ 原価率40%削減。月産1000から8000パックへ

補助事業によって、外注費や運搬費が不要になったため原価を40%削減することに成功。以前の販売価格は1パック600円（税別）でしたが、400円（税別）にまで下げることができました。これにより価格面で難しかった量販店にも販路を拡大することができました。

また製造量も以前は1か月に1000パック程度製造するのがやっとでしたが、最大8000パックにまで拡大。製造するスープの種類も、とうもろこしや万願寺唐辛子、黒枝豆など24種類に拡大。毎月2種類ずつ旬の京野菜を使用してスープを作っています。

〈京野菜スープ製造工程〉

下処理


加熱調理

裏ごし

充填

真空包装

高温殺菌

高温殺菌

ラベルを貼って完成

成果と今後の展開

◆ 百貨店や自然食品スーパーなどへ販路拡大

当初はホテルやレストランなど業務用食品を想定して開発した「京野菜スープ」ですが、実際の販路は消費者向けが中心です。自社ECサイトのほか、百貨店等の催事や京都で多く開催される手作り市で試飲販売をしています。また自然食品などこだわりの食品を取り扱う量販店を中心に、店頭にも常時置いてもらえるようになりました。積極的な営業活動はしていないにも関わらず、いろいろなところからお声がかかり、ありがたい限りです。

販路の一つ。自然食品スーパーヘルプ長岡店

◆ 京野菜スープが主力事業に成長

ささやかな新規事業として始めた「京野菜スープ」が今では、売上の半分近くを占める主力事業に育ちました。コロナ禍で経済情勢が厳しかった時も、行政が支給する自宅療養のコロナ患者向け生活支援物資に「京野菜スープ」を加えていただき、月間で8000パックを出荷しました。

◆ 京野菜へのこだわりと利益率向上の両立を目指す

一方課題として残っているのが利益率の向上です。補助事業により原価は大幅に削減できたものの、手作業工程がほとんどのため、まだまだコストがかかります。特に手間がかかるのが皮むきなどの野菜の下処理です。形が不揃いな規格外野菜を使用するため、機械での下処理が難しくすべて手作業になってしまいます。冷凍野菜や下処理済みの野菜を使用すれば、大幅に効率化できて原価が下がることは分かっていますが、それでは野菜の出所がわからず京野菜に限定することが難しくなります。

京都で40年以上生活し、京都で事業をしている以上、京都のためになることをしたいという想いが強くあるので、今後も京野菜の規格外品を使う方針を変えるつもりはありません。京野菜の使用と利益率向上をいかに両立させていくかが当社の課題になります。

枝豆のさやむきもすべて手作業で行う