

株式会社 三嶋フーズ

食を通じ介護現場での安全・衛生、信頼性を提供



深絞り真空包装機を使った食材セット作業



生野菜のカット作業の様子



1人前セット(左)と盛り付け(右)

事業内容

加工食品から介護食に進出

当社が強みとする溶接技術は、例えば金属と金属を昭和50年に個人商店として開業、業務用加工食品製造を主力業務に、食品卸業を通じてホテルや旅館、プライダグ関係の厨房向けに商品を提供してきた。ただ、最近のホテルや旅館は2極化が進んだことを受け、平成22年頃から介護食分野に進出。同社も出資する日本ケアミール(株)(兵庫県伊丹市)を通じて販売している。

急成長で売上比率40%に

そこには、冷凍食品を製造するプロトン凍結装置やレトルト食品を製造する高温加熱殺菌装置などを既に装備していたことが大きい。その結果、平成27年以降に介護食需要が拡大し、同社の売上比率でも約40%を占めるまでに急成長を遂げている。新事務所や工場増築・改装に加え、大型冷凍室の増設などの設備投資で製造面での拡充を図ったほか、従業員も増員して対応するなど、同社の大きな柱となりつつある。

株式会社 三嶋フーズ

取締役社長 三嶋 公正

〒577-0012 大阪府東大阪市長田東3-3-45

TEL. 06-6745-3422 FAX. 06-6745-3424

資本金/10,000千円 従業員/46名

主な取引先/日本ケアミール、食品卸業、百貨店など

主な保有設備/プロトン凍結機、高温加熱殺菌装置、回転釜、スチームコンベクションオープン、その他調理器具など

主な保有設備/業務用加工食品、介護食など

短納期 企画力 小ロットOK オナーの技術 生産OK 海外対応 試作OK 連携力

補助事業

完全独立包装を実現

同社の介護食は、以前までは1日3食分を一つの袋に封入するスタイルが一般的であった。ただ、現場での使い勝手や衛生面、さらに製造時の作業効率向上を図るためには1食ずつ完全独立包装にすることが不可欠となっていた。顧客からの要望に応えるためには必要と判断し、深絞り真空包装機を導入した。

将来的な需要拡大に対応

同機はフィルムロールを型で絞り出すことで食品トレーが成形される。そこに食材を入れ、上部を封印、賞味期限を印字して金属探知機を通して最終製品が完成する。フィルム1ロールで約1,800パックを製造することができる。設備導入については、介護食の生産量が急増していることに加え、将来的な需要拡大が見込まれ、投資するタイミングとして最適と判断したこともその背景にある。製品の安全性向上だけでなく、企業としての信頼性向上という効果も生まれた。

ノウハウを生かし美味しい食品をお届けます

取締役社長 三嶋 公正

食品加工も、客先の業態変化で難しい時代になっており、介護食をターゲットにしました。美味しい食品を作ってきたノウハウがあり、これを生かし、今後、高齢者により美味しい食品をお届けしたいと思っています。



具体的成果

作業効率改善で生産性が向上

導入前には、トレーの準備や袋詰め、目視検査、真空処理など9人の手がかかっていた作業の効率化が図れた。この人員を他の作業に振り分けることができたため、生産性が大きく向上した。さらに、自動化工程が増えたことで衛生面の対応が強化された。介護現場では、1人前セットのトレーのミシン目部分を手で切り離せ、上部シートも手ではがせるため、はさみも不要。開封済みトレーを戻す必要もなくなり、使い勝手も格段に改善された。

従来の介護食のイメージを一新

さらに、それまではどうしても業務用という印象が強かった介護食のイメージを大きく変えることにつながった。食品は見た目も重要。そこにはパッケージの果たす役割が大きい。安心感が生まれ、企業の信頼性を高めるという副次的な効果も生まれた。その上、商品ラインアップの拡充が図れた。従来の2週間メニューから4週間メニューに対応できるようになった。メニューが多くなったことで、利用者の選択肢が広がり、好みに応じたメニューづくりが可能になった。

今後の戦略

商品力強化がカギを握る

深絞り真空包装機の導入で、介護食の見た目や中身で勝負できるステージが上がった。三嶋隆夫常務は「あとはいかにシェアを増やしていくかがポイント」と考える。それには商品力の強化が欠かせない。使い勝手や見た目、中身はクリアしているだけに、少量で高タンパク、高カロリーなど成分が重要になるとみている。介護食業界は新規参入が増えるなど、市場は拡大傾向にある。その中で、既存の顧客を維持しつつ、いかに新たな顧客を獲得するかが今後のカギを握る。潜在需要は大きいだけに、クオリティをいかに高めるかにかかりそうだ。

さらなるシェア拡大へ取り組む

介護食市場は“病院、施設”、“デイサービス・訪問介護”、“在宅介護”に大別される。ターゲットはデイサービス・訪問介護分野になるが、シェアを増やす余地は残っている。それだけにやりがいがあり、おもしろい分野ともいえそうだ。「介護おせち」という独自の取り組みもその一環といえる。介護食の業態は生まれて約20年程度で、食べ物から見てもほんのわずかだ。市場形成されつつある時期だけに、同社の活躍の場はまだまだ広がる。

取材を終えて

本人も周りにも幸せを提供

介護食市場は急速に拡大している。当面は拡大傾向が続くと思われるが、それがいつまでも続くわけではない。先を見据えた展開を図るためには、今回の深絞り真空包装機の導入は大きな武器となることは間違いない。その上で、ホテルや旅館で培った割烹の味をフルに生かし、最後まで美味しいものを食べてもらうことで、本人や周りを幸せにしたいという三嶋社長の熱いが伝わってきた。

<http://www.mishimafoods.com/>