

## 3.事例から学ぶ(食品メーカー)

### 事例①

## 道内機械メーカーからの積極的な情報発信を期待

### 中山食品工業株式会社

### 道内昆布に特化した珍味商品を生産

中山食品工業(株)は、昭和52年に創業。昆布珍味を中心に年間平均で約250トン生産。道内外の卸問屋を中心に、韓国、中国などの海外市場にも販売実績を有し、年間4億円以上を売り上げています。

もともとは鱈の珍味製造・販売が事業のスタートでしたが、すぐに昆布を活用した商品開発に着手。独自の製法で開発した「磯の木昆布」と、これにとろろ昆布を巻き付けた「とろろ巻昆布」は発売当初から人気となり、現在でも全体の売上の上位を占める2大ブランド商品となっています。

原料はすべて北海道産であり、収穫時期と産地にもこだわっています。製法もほとんどが自社開発によるものであり、特許や実用新案を有している商品も数多くあります。

### 導入しているほとんどの機械がオーダーメイドタイプ

同社では昆布珍味の事業を開始するにあたり、道内の機械メーカーからのアドバイスを受けながらオリジナルの機械を導入しました。

この時導入した機械は、同社の昆布珍味商品開発の核となる機械であり、これをきっかけに様々な特注品の機械をこの道内機械メーカーに開発してもらっています。

この機械メーカーは事業の開始段階から現在も取引があり、機械の改良やメンテナンスなどの対応を行っています。この会社がなければ昆布珍味商品の事業がスタートしなかったと同社では認識しています。

同社では他にも道内の機械メーカーから機械を導入しており、包装工程や昆布を煮る機械などは道外メーカーのものを導入していますが、製造方法が自社開発で独創性も高いため、同社の商品や生産工程の特徴を踏まえたオリジナル機械がほとんどとなっています。

また、生産において機械を使用しているものの、各工程において実は手作業が重要な位置づけとなっています。

同社の商品の特徴は手作り感がある昆布珍味であり、他社では絶対に真似できない味を作りだすためのノウハウが手作業の部分に結集しています。

#### 企業概要

【所在地】 札幌市北区篠路8条1丁目1番23号

【資本金】 2,500万円

【従業員数】 41名(平成26年12月現在)

【業種】 珍味類の製造・販売

【主要製品】 昆布珍味

## 新商品開発や省力化対応に向けた機械にビジネスチャンス

現在、新商品開発は数年おきに行っていますが、既存の機械で生産可能な商品が中心であり、全く違う発想の商品開発につなげるためにも、新しい食品機械が必要と考えています。

また、生産性を高めるための機械化へのニーズも高く、増産に対応できる処理速度の高い機械に加えて、生産現場での人手不足感があるので、工程によっては省力化につながる機械が必要と考えています。

さらに、導入している機械の中には機械メーカーが倒産するなどして部品調達ができなくなってしまったものもあり、必要となる部品を製造してくれる機械メーカーへのニーズも高くなっています。

このように同社では新商品開発や省力化に対応した自社オリジナルの機械を必要としていますが、打ち合わせ頻度や導入後のメンテナンス対応などから、経費が高くなりがちな道外メーカーより道内メーカーへの期待感が高くなっています。

## 道内機械メーカーからの情報発信に期待

これまでの経験から道内機械メーカーの強みは、小回りがきいて柔軟性があるところと同社では認識しており、新商品開発や省力化につながる機械開発における道内メーカーへの期待が大きくなっています。

食品機械の展示会などにも積極的に参加し、ホームページなどを通じて道内の機械メーカーの情報を集めています。展示会に参加していない企業の中にも技術力や提案力を有する優れた企業が多く存在すると考えています。同社では食品分野にはまだまだ参入の余地があると捉えており、積極的な道内機械メーカー側からの情報発信を期待しています。

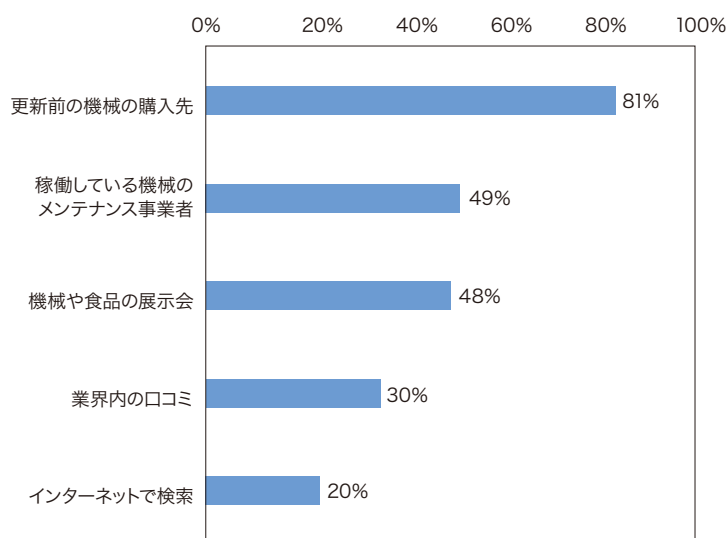
## 道内食品メーカーアンケート調査結果より

アンケートに回答のあった食品メーカーのうち、81%が「更新前の機械の購入先」、50%弱が「機械のメンテナンス事業者」「機械や食品の展示会」から食品機械の情報を入手しています。

また、アンケートでは20%となっていますが、中山食品工業(株)の事例のように、機械メーカーに関する情報収集の方法としてホームページの検索もよく行っています。

道内の食品メーカーには道内機械メーカーから食品機械を調達したいと考えている事業者も多く、展示会への出展はもちろんのこと、最低限ホームページを開設して知ってもらうことは重要と考えられます。

【機械を購入する際の情報入手方法】



事例  
②生産ラインのカスタマイズなど  
個別ニーズへの対応を期待

## サンマルコ食品株式会社

## 定番商品のリニューアルや新商品開発などを数多く実施

サンマルコ食品(株)の主力商品はコロッケやグラタンなどの冷凍食品であり、北海道産の素材にこだわった、高品質の商品づくりを行っています。また、商品開発に当たっては、具材や見た目を変えるなどして他社との差別化を図っているほか、定番商品であっても、消費者のニーズに合わせて定期的に趣向を変えています。特に同社は商品アイテム数が多いこともあり、定番商品のリニューアルも含めると新たな商品の開発に取り組む機会が数多くみられます。

## 生産ラインや設備のカスタマイズは道内企業が対応

同社の商品は比較的ライフサイクルが短く、全く同じ商品を長期間にわたって作り続けることは少ないため、商品開発に取り組む際は現有設備を活用しながら、商品特性や生産形態に合わせて生産ラインや設備などを少しずつカスタマイズしています。

こうしたカスタマイズは随時行われており、その際はまず日常的に取引のある道内の機械メーカーに相談を持ちかけています。相談した機械メーカーには、現場からどのようなニーズが出ていて、どのようにカスタマイズしたのかなどを説明した上で、実際に現場を見てもらいながら、ニーズに合わせた対応を取ってもらっています。

## カスタマイズ対応は道内企業の参入余地が高い分野

大手メーカーの機械は規格化された機械として開発されているため、どうしても機能が画一的になりがちで、個別ニーズに応じたカスタマイズなどで融通の利かない面があります。

一方、食品メーカーでは自社商品の差別化を図る中で、生産工程に特殊な工程を設けることが多く、道内企業においては、こうした個別ニーズへの対応や機能付加に関する部分で参入の余地があると同社では考えています。

ただし、食品メーカーのニーズに応えるためには、衛生面や食品アレルギーも含めた、食品分野に関する幅広い知識を持っていることが必要となるほか、商品への異物混入を避けるという観点からは、洗浄時の簡便さ、洗いやすさなども考慮してくれる機械メーカーであることが望ましいと考えています。

## 企業概要

- 【所在地】 札幌市厚別区厚別東4条1丁目1-48
- 【資本金】 4,000万円
- 【従業員数】 495名(平成26年3月現在)
- 【業種】 冷凍食品製造業
- 【主要製品】 コロッケ、グラタン、春巻、いももちなど

## 主要機械故障時の応急処置は道内企業へのニーズが高い

生産工程のメイン部分を担う機械に故障やトラブルが起きた際には、生産効率を落とさないようにできるだけ早く生産ラインを復活させることが望まれるため、応急処置のできる地元のメンテナンス業者の存在が重要です。

特に道外メーカーの機械が故障した場合は、部品の納入や修理に時間がかかるため、応急処置に対応できる道内企業へのニーズは高いと捉えています。

## コスト低減に向けてオリジナル機械を道内企業と共同開発

多様な商品を生産している中で、生産ラインや機械設備に対するニーズが日々生まれており、現場ニーズに対応した機械で、かつコスト低減効果も期待できるようなものがあれば、積極的に開発に取り組みたいと考えています。

最近では、平成24年度に公的支援制度を活用し、地元の機械メーカーと共同で前処理工程(じゃがいもの洗浄と選別工程)の省力化を目指して、オリジナル機械の開発に取り組んだ実績があります。また、この機械は省力化だけでなく、洗浄水の使用量の削減効果もあり、環境負荷低減にもつながったと評価しています。そのほかにも、同社では道内メーカーと共同で、揚げいもの生産効率の向上を目指した機械を開発しています。

## 道内企業の裾野が広がることは食品メーカーにも大きなメリット

機械メーカーとの取引は、付き合いのある、限られた企業とのやり取りになりがちなことから、競争原理が働かなくなると感じています。相談できる道内企業が複数社あれば、価格面や機能面、納期までの期間、メンテナンス対応などを総合的に判断して取引相手を選ぶことができるようになるため、道内にどのような機械メーカーがあるのかを紹介する場があれば、食品メーカーにとってもメリットが大きいと考えています。

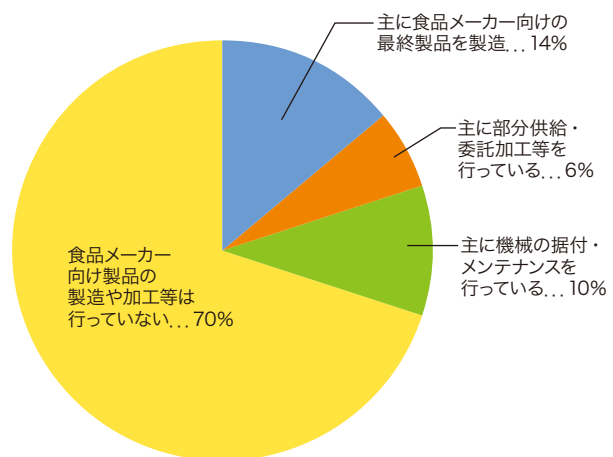
## 道内機械メーカーアンケート調査結果より

アンケートに回答のあった道内製造業のうち、食品加工機械分野の取組について、「主に機械の据付・メンテナンスを行っている」と回答した企業は全体の10%にとどまっています。

一方、サンマルコ食品(株)の事例では、カスタマイズなどを毎年のように行っていますが、その際は日常的に取引のある企業に相談しており、取引相手が限られる傾向があります。

そのため、食品メーカーに対して、メンテナンスなどへの対応を進めることは新たな取引につながる可能性があります。実際に、同社からは、メンテナンスなどを行える企業の裾野が広がることで、さまざまな取引条件を考慮して取引先を選択できるようになるという声も聞かれます。

【食品機械分野との関わり】





事例  
③キーワードは  
「コンパクト」「清掃簡易」「自前修理可能」

株式会社山武林商店

## 100アイテムを超える商品数

(株)山武林商店は創業明治14年のみがき鯨の老舗メーカー。創業以来の主な出荷先は卸売市場でした。転機は約20年前。全国の量販店をはじめとする小売店を主体とした商品企画を積極的に推し進めました。現在では全国の小売店や加工事業者のみがき鯨商品を出荷しています。

みがき鯨を大きく分類するとソフト(一夜干し)、8分乾、本乾の3種類。卸売市場を中心に販売していた当時の出荷形態は2kg単位の梱包が中心でした。しかし、小売店への出荷では店頭で並べるパッケージにして納品するアウトパックが求められます。小売店ごとにカットの大きさ、量目、容器、シール等が異なることが多いため、現在の商品アイテム数は100点を超えています。

このような多品種生産を支えているのが食品加工機械であり、量産化の要となっているのは原魚を三枚おろしに加工する機械です。同社が小売店ルートの開拓を始めた当時は、みがき鯨に対応できる機械がなかったので、自ら機械メーカーに加工方法のアイデアを提供することで、機械を開発してもらい導入しました。また、アウトパックに対応するため、みがき鯨を小売店の要望する大きさにカットする機械を導入しました。

## 食品機械はコンパクトで清掃が簡便なことが大事

機械導入を検討するときに価格や性能はもちろん重要な検討要素ですが、購入にあたっては機械のコンパクトさ、清掃の簡便さも必要としています。同社では工場の限られたスペースの中でスムーズに生産できるように設備配置を工夫しています。このため、コンパクトな機械であることが重要となっています。

また、食品工場では衛生管理が重要であり、毎日行う機械の洗浄作業に多大な労力がかかるため、分解清掃が簡単にできるなど、清掃作業が簡易な仕様であることが機械の選定において重要なポイントとなっています。

## 自前でメンテナンスできる機械が望ましい

同社では動力系等の機械部分の故障は自前で修理しており、電子系のトラブルもメーカーへの電話問い合わせでほとんど対処しています。このため、代替部品が迅速に届けば同社としては問題ないのですが、一方で機械メーカーによる修理・メンテナンスを前提した機械が多く、メンテナンスのための分解が面倒であったり、特殊な

## 企業概要

- 【所在地】 岩内郡岩内町字野東25番地
- 【資本金】 1,000万円
- 【従業員数】 45名(平成26年12月現在)
- 【業種】 水産加工業
- 【主要製品】 みがき鯨製品

ボルトやナットを使用している機械があると指摘しています。機械の修理・メンテナンスに機械メーカー担当者が出張してくると食品・機械メーカー双方にとってコスト高になるため、できるだけ食品メーカーが自前で修理しやすい機械を望んでいます。

## 展示会は機械に対する意識を前向きにする良い機会

同社は全国的な機械の展示会に毎年のように出向いています。展示機械を見ると「この機械は自社で使うにはどう工夫したら良いか」と前向きな意識になり、出展者が想定しない使い方を思いつくこともあるといいます。

例えば、近年導入したカットマシンはイカや肉類のカットを想定した機械ですが、説明を聞いてみがかき鯨のカットに使えることがわかり購入に至りました。機械メーカーの技術力を理解できれば「このような機械を開発できないか」という相談もできるため、同社は自社が必要とする機械を開発してくれる機械メーカーにいつも門戸を開いています。

## 道内食品メーカーアンケート調査結果より

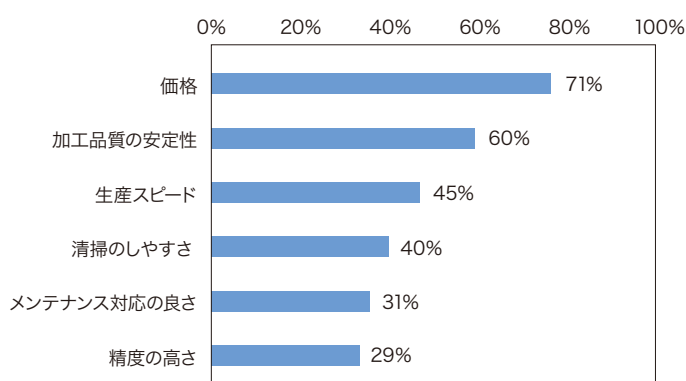
本事例では、工場のスペースの有効活用の観点から機械のコンパクトさを、衛生管理の観点から清掃の簡便さの重要性を指摘しています。

道内食品メーカーに対するアンケート結果をみると、機械購入の際に重視するポイントとして「清掃のしやすさ」と回答する企業が、価格や性能に係る項目に次いで多くなっています。

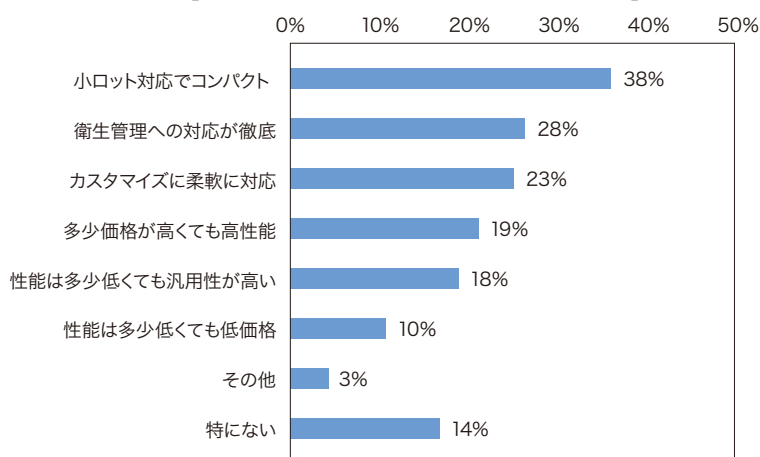
また、期待する機械開発の方向性として「小ロット対応でコンパクト」をあげる企業が多く、これは企業規模の大きさに関わりなく回答が多い項目です。

今後、6次産業化等に対応していくためにも、省スペースという意味も含めた「小ロット・コンパクト」及び「清掃の簡便さ」は食品メーカーにとって関心の高いポイントとみられます。

【機械購入において重視するポイント】



【食品メーカーが期待する機械開発の方向性】



事例  
④水産加工分野に  
新たなアイデアを取り込みたい

## 株式会社布目

## 約200品目にもおよぶ商品を生産

(株)布目は、「イカの塩辛」「松前漬」など濡れ珍味を中心に約200種以上にもおよぶ商品を生産しています。

平成25年3月に新社屋が完成。これまで分散していた本社、第二工場を集約したことから一貫生産が可能となり、同年7月にオランダの食品安全認証団体が開発した食品安全マネジメントシステムの国際規格である「FSSC22000」の認証を取得しています。

同社はコンピューター制御による素材の大量解凍システムを有しており、独自の熟成室、スピーディな充填・包装ラインなどに特徴があります。

マイナーチェンジを含めると、ほぼ毎年新商品の開発を行っていますが、こうした合理的なノウハウの蓄積により、多種のアイテムを一年を通して均質に作り出していくことを可能としています。

## まだまだ多い手作業の工程

同社では加工・製造に関する機械(前工程)と、充填・包装に関する機械(後工程)に大きく工程が分かれています。

充填・包装の工程においては、生産する機械メーカーの数も多く多種多様な機械が開発されていることから、導入に当たり大きなカスタマイズを必要とするケースは少ないものの、加工・製造の工程では独自の方法による加工を実現するべく、自社向けのオリジナル機械を開発してもらっています。

同社では、可能な限り各工程において機械化を図っているものの、扱う商品の性格上、手作業の部分が多いのも特徴の一つとなっています。例えば松前漬用の数の子は、機械で加工するのは難しく、また松前漬は粘度が高い商品であることから、そもそも機械による充填に向かないことが背景にあります。

また、主要原料の一つであるイカについては、裁断機で処理した後に人の手で「つなぎ」が残った部分をほぐす作業を行っています。

このように同社の工場の現場では、省力化と機械の精度を高める部分でまだ機械化の余地が大きいと捉えています。

## 企業概要

- 【所在地】 函館市浅野町4番17号
- 【資本金】 7,200万円
- 【従業員数】 121名(平成26年12月現在)
- 【業種】 水産加工業
- 【主要製品】 塩辛、松前漬など

## 水産加工分野に多くの機械メーカーが参入してほしい

同社が導入している機械のうち、道内の機械メーカーのものは主に加工・製造といった前工程の部分となっています。

これは、加工・製造の工程では、自社の商品及び加工の特徴が最も顕著に出る部分であり、規格化された機械では対応が難しく、自社のオリジナル機械が求められること、さらにオリジナル機械の開発に向けた細かな調整や導入後の円滑なメンテナンスを考慮すると、工場との距離ができるだけ近いメーカーからの機械導入が必要ということが背景にあります。

同社では水産加工分野において、前工程を手掛ける道内の機械メーカーはその他の食品分野と比べても少ないと認識しています。

また、道内に水産加工を行う事業者が多いことから、機械メーカーにとってビジネスチャンスがあると考えており、道内で水産加工の分野で対応できる機械メーカーが増えれば、機械の技術革新も進み、ユーザー側である食品メーカーにとってもメリットが大きいと認識しています。

## 加工・製造の工程の機械に期待

原材料の処理や加工・製造の部分は、道内の機械メーカーにとって参入の余地が大きいと認識しています。

これは、食品メーカーが最もオリジナルの機械を必要とする工程であり、開発にかかるコストやその後のメンテナンス対応などから、道外のメーカーでは対応しにくい部分だからです。

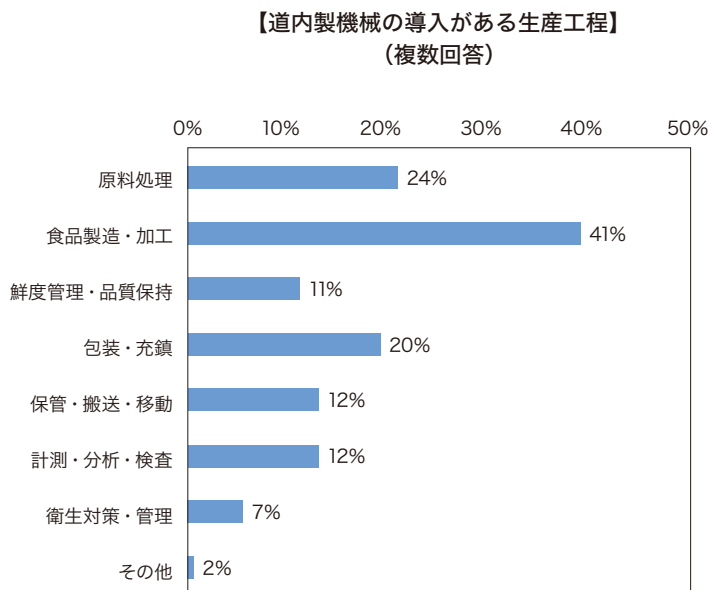
現状では水産加工の分野における、道内の機械メーカーの数が限られており、新しい発想や技術による開発の余地が大きいと考えられます。

今後の道内水産加工業の発展だけでなく、道内の機械メーカーの発展に向けて道内機械メーカーの積極的な参入が期待されます。

## 道内食品メーカーアンケート調査結果より

アンケートに回答のあった道内食品メーカーのうち、道内製機械の導入がある生産工程として「食品製造・加工」が41%と最も多くなっています。

(株)布目の事例でも「食品製造・加工」の工程で道内製の機械を導入していますが、水産加工の分野では道内機械メーカーの数が少ないと認識されています。ヒアリングでは「食品製造・加工」の工程においてはまだ手作業で対応している企業も多いと言われていますので、特に水産加工分野の食品メーカーは機械メーカーからの新しいアイデアを欲しており、参入の余地は十分あると考えられます。





事例  
⑤製造ライン全体を踏まえた  
適切な食品機械の提案を期待

株式会社ほんま

## 新商品の開発を意欲的に実施

(株)ほんまは明治39年に創業された老舗の菓子メーカーです。

伝統を受け継いでいる月餅(げっぺい)タイプのあんぱんに加えて、あんぱんを食べやすいスティック状にした「月寒あんぱんスティック」や、第7回北海道加工食品フェア(平成12年)で最優秀賞を受賞した「北の生ショコラもち」、同じく第10回北海道加工食品フェア(平成15年)で最優秀賞を受賞した「月寒まんじゅう」などの商品を開発しています

同社では改良品を含めると、年に数種類、新商品の開発を行っています。

新商品は既存の生産ラインで生産できるものが基本となりますが、既存機械の改良や新たな機械の導入が必要となるケースも多くなっています。現在では、部品レベルの交換を含めるとほぼ毎年機械の更新を行っている状況です。

## 道内の機械メーカーと道外の機械メーカーの技術力に差はない

同社では現在、道外メーカーと道内メーカーの機械を導入しています。商品の包装の工程は道外メーカーの機械ですが、自動砂糖漬機や自動整列機など加工・製造の工程では道内メーカーの機械を導入しています。

自社専用のオリジナルの機械を数多く導入していますが、道内の機械メーカーも技術力が優れているところが多く、機械の共同開発の際、より省力化や処理速度の向上につながる提案を頂くなど、道内メーカーは道外メーカーと比べて遜色はほぼないと考えています。

実際に加工・製造の工程で導入している機械の中には、もともと道外の大手メーカーの機械を導入していたものの、より高性能な機械開発の提案があったことから道内メーカーの機械に入れ替えたものも存在しています。

価格の面においても、規格化された機械としてのラインアップが豊富な分野の機械はどうしても大手と比べて高くなってしまいがちですが、性能ではむしろ道内メーカーの機械が道外メーカーの機械を上回ることもあるようです。さらに、道外の大手メーカーがメンテナンスできなくなった機械において、道内メーカーに部品供給面での対応などメンテナンスを行ってもらうこともあり、同社にとって道内の機械メーカーは極めて身近な存在となっています。

## 企業概要

- 【所在地】 札幌市豊平区月寒東2条3丁目2-1
- 【資本金】 3,600万円
- 【従業員数】 28名(平成26年12月現在)
- 【業種】 菓子製造・販売
- 【主要製品】 月寒あんぱん、月寒ドーナツなど

## 製造ラインの最適化に向けた提案が欲しい

現在10数社の機械メーカーとの取引があり、導入している機械の台数も多くなっています。

新商品の開発にあわせた新たな機械の導入において期待するのは、単に性能の優れた機械を単品で開発することではなく、一つ一つの機械の性能や現状の作業員の配置など生産ライン全体を見渡した中で適切な機械の開発と提案を行ってくれる企業です。

同社では、新商品の開発を積極的に行っているほか、販路も道外やさらに海外へ広げるなど事業の拡大が進んでいます。今後、事業規模に応じた設備投資が求められることから、製造ラインの最適化に向けた提案をしてくれる機械メーカーへの期待が大きくなっています。

## 食品メーカーは機械だけではなく、プラスαの情報も価値になる

道内の機械メーカーは、自社に適した機械の柔軟なカスタマイズや機械導入後の迅速なメンテナンス体制に強みがあると認識しています。

また、機械導入までの過程における迅速な各種レスポンス対応なども期待しており、道内機械メーカーにおいては、最低限こうした部分において強みを発揮していくことが重要と考えられます。

さらに、食品メーカーの場合は商品のレシピが重要な位置づけですが、機械メーカーからは、機械そのものに加えて、レシピの開発・改良に参考となるような情報(原料や原料の配合に関するトレンドなど)を提供してもらうこともあります。

食品メーカーが機械メーカーを選択する際のポイントとして、このようなきめ細やかな対応やマーケットに関するちょっとした情報提供なども重要になると考えられます。

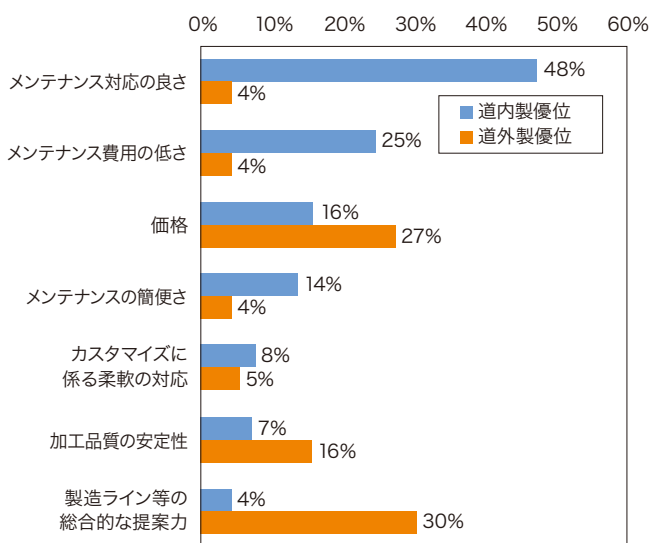
## 道内食品メーカーアンケート調査結果より

アンケートに回答のあった食品メーカーでは、「製造ライン等の総合的な提案力」は道外企業が優れているという回答が30%と多くなっています。一方、道内機械メーカーの優位な点として「メンテナンス対応の良さ」が48%となっています。

(株)ほんまの事例からは、道内機械メーカーへの期待として「生産ラインを見渡した機械提案」「メンテナンス対応の良さ」があげられています。成長基調にある食品メーカーであれば、新たな生産ラインの構築や増産に向けた機械の更新なども常に検討しなくてはならず、道内機械メーカーにはメンテナンス対応の良さは言うまでもなく、さらに自社にとって最適な機械の開発と設置に向けた提案ができる企業への期待が高いものと考えられます。

株式会社サンエ機フードテクノの事例のように、ライン全体の提案を行っている企業もあります。(詳細は31ページ)

【道外メーカーと比較した道内の機械メーカーの優位点・劣位点】  
(複数回答)



事例  
⑥地元機械メーカーと共同開発を  
実施することで共に成長を目指す

株式会社丸勝

## 最終製品を製造して消費拡大を図る

(株)丸勝は昭和28年に豆類の卸売業者として帯広市に創業。以来、豆類をはじめとした雑穀類の1次加工及び販売のほか、飼肥料の製造販売、農業資材の販売などを事業の柱としてきました。近年は、豆類の新たな活用方を食品メーカーに示すことで豆類の消費拡大につなげようと、食酢やあずきペーストなどの加工品の開発に積極的に取り組んでいます。

## 大手の食品機械はオーバースペックになりがち

同社では、さまざまな加工品の開発に取り組む中、必要に応じて開発用途に合わせた機械を導入しています。しかしながら、大手メーカーの規格化された機械は機能が豊富すぎる面があり、どうしても価格が高くなりがちのほか、ちょっとしたカスタマイズなどを行う場合も追加で費用がかかることが課題となっています。

そのため、少しでも価格が安く、小回りの利く機械について、特に道内で対応できる企業があれば、機械のメンテナンスなどが必要になった場合も、移動にかかる時間や費用負担が少なくなるため、よりメリットが大きくなると考えています。

その一方で、道内企業は技術力を持ちながらも、食品分野への新規参入に対して積極的ではない企業が多いと同社では感じています。食品メーカーのニーズに応えるには食品分野ならではのスキルや経験が必要なため、道内企業が食品分野との取引も視野に入れるのであれば、もっと食品製造に関する様々なことを知ってほしいと同社では考えています。

## 地元企業の成長は食品メーカーにとってもプラス

同社では個別ニーズに合わせた機械を導入する場合、なるべく地元企業に発注したいと考えています。そうすることで地元企業の成長につながれば、取引のできる道内企業が増えることにもなり、食品メーカーにとってもメリットが出てくると捉えています。

実際、同社では平成25年に行った研究開発において、地元の機械メーカーと共同で乾燥機及び油圧プレス機を開発しています。元々、プラント内の機械設備の製作などで取引のあった企業に相談を持ちかけて対応しても

## 企業概要

【所在地】 帯広市西25条南1丁目1

【資本金】 5,100万円

【従業員数】 50名(平成26年3月現在)

【業種】 雑穀・豆類卸売業

【主要製品】 豆類の販売、飼料・肥料の製造、醸造酢の製造、テーマパークの管理など

らったものです。この機械メーカーは相談したことに対して、きちんと話を聞いた上で、何でも勉強して対応してくれるため、共同開発に取り組もうと考えたと評価されています。

## 大手メーカーが手掛けない市場をターゲットに

食品機械は全般的に価格が高く、大手機械メーカーから購入しようとするため、小型で特定の機能に特化した機械があれば需要が高いと感じています。また、そうした個別ニーズに合わせたマイナーチェンジなどは、大手機械メーカーが手掛けない部分であるため、それだけ道内企業の参入余地が高いと捉えています。

例えば、それほど規模の大きくない食品メーカーでは、手作業で行っている工程が意外と多く、そういう工程を自動化できる機械は省力化にもつながるため、安ければ使いたいと考える食品メーカーは同社も含めて多いのではないかと考えています。

## 6次産業化を目指す事業者もターゲットになる可能性が

同様の視点から、6次産業化に取り組んでいる農家などの事業者に対しても道内企業の参入余地があるのではないかと考えています。現状、個人の農家などでは費用負担の問題もあり、商品を手づくりでと考える事業者が多いのですが、手づくりの場合はどうしても人手がかかるため、十分な生産量をまかなえないことが課題となっています。

このため、事業者の費用負担が数十万円程度ですむような、特定の機能に特化した小型の機械を開発できれば、事業者からのニーズも高くなるだろうと考えています。ただし、こうした事業者は、目指す6次産業化のイメージを持っていないとしても、それを解決するためのアイデアを持っていないことが多いため、機械メーカーが直接、事業者を訪問するなどして個別ニーズを吸い上げながら、そのニーズを踏まえた提案型の営業を行っていくことが必要だと考えています。

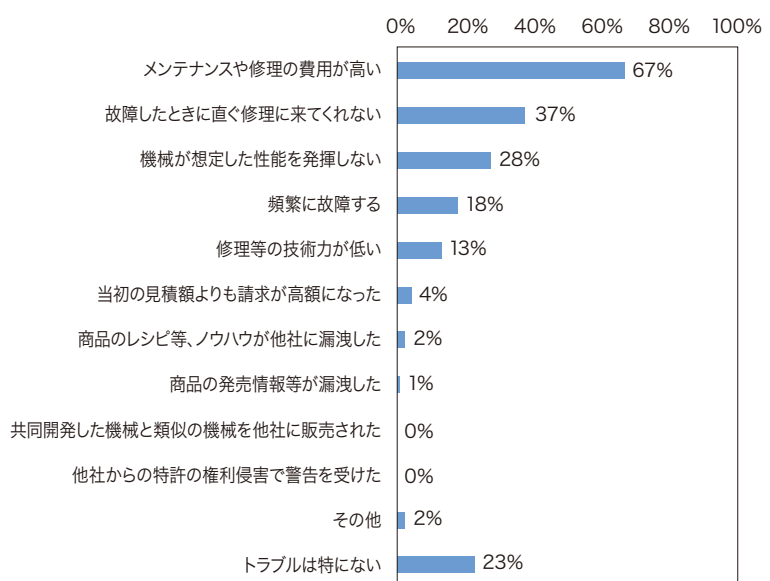
## 道内機械メーカーアンケート調査結果より

食品メーカーが、機械メーカーに対して不満を感じる内容として、「メンテナンスや修理の費用が高い」「故障したときに直ぐ修理に来てくれない」を挙げる回答が多くみられます。

これは、食品機械メーカーの数が限られるため、本州の企業あるいは道内でも遠方の企業に依頼しなければならないケースが多いことが背景にあると考えられます。

この(株)丸勝の事例は、地元の帯広管内の企業と共同開発を積極的に行うことで、管内企業との強固な関係が構築され、ひいては自社のメンテナンス費用が削減されるなど、長い目でみた場合に、自社の利益につながる1つの方向性を示しています。

【機械メーカーに対して不満を感じたこと】





事例  
⑦オリジナルの食品機械の開発において  
秘密保持契約が重要

株式会社きのとや

## 商品生産の基本は手作り

(株)きのとやでは様々な洋菓子を生産しており、酪農チーズプリンをはじめとする大ヒット商品が多数存在しています。

洋菓子市場は激戦であるため、同社でも新商品導入のサイクルは速く、毎年多数の新商品の開発を行っていますが、最初から機械を使用した大量生産を行うことはほとんどなく、新商品開発後の売れ行きを見ながら段階的な機械導入を行うのが基本方針となっています。

同社は商品の生産工程において多数の機械を導入していますが、商品づくりのコアとなる部分においては、手作りの要素を残しながら独自性を出しており、生産はあくまでも手作りを基本としているのが大きな特徴です。

## 小さな仕事から次の大きな仕事につながった道内機械メーカー

同社で導入している機械の中でも、自社のオリジナル機械においては道内機械メーカーのものが多数含まれています。

洋菓子の業界では、規格化された機械を組み合わせることで独自のラインを作ることもありますが、商品や生産工程等の特徴などから、自社のオリジナル機械の開発を必要とすることが多くなっています。

オリジナル機械は規格化された機械と比べてメンテナンスの頻度が高くなる傾向があり、北海道の機械メーカーへの期待が大きい部分でもあります。

同社ではこうしたことを背景に、酪農チーズプリンの生産ラインを構成する充填機械やラベリング機械などを道内機械メーカーから導入しました。この道内機械メーカーとの取引のきっかけは、オープン製の鉄板を回収するためのローラー開発という小さな仕事でしたが、丁寧な対応と技術を評価し、充填機やラベリング機械の仕事をお願いしました。

また、同社で道内メーカーの機械を積極的に導入する背景として、自社の生産性を向上させ道内外に商品を効果的に展開していくためには、自社のニーズに対応できる機械メーカーを道内で増やしていく必要がある、という会社の方針があります。

## 企業概要

【所在地】 札幌市東区東苗穂5条3丁目7-36

【資本金】 3,000万円

【従業員数】 300名(準社員、パート、アルバイト含む 平成26年12月現在)

【業種】 菓子製造・小売業

【主要製品】 生菓子、焼菓子、バームクーヘン、プリンなど

## 清掃のしやすさや省エネに対応した機械開発を道内メーカーに期待

同社では環境整備にも力を入れており、清掃のしやすさ(個々の部品の取り外しやすさ、汚れにくい構造となっていることなど)は機械選びの上で重要なポイントとなっています。

近年エネルギーコストも増大し、負担感も増していることから、省エネタイプの機械への関心が高まっています。道外の大手機械メーカーはライン全体を見た適正な機械導入の提案を行うことができますが、道内メーカーにおいても特定部分の機械開発だけではなく、できるだけ全体のラインを見渡しつつ、省エネタイプの機械の開発を期待しています。

道内の食品メーカーは道内の原材料を使用しているところも多く、生産者との距離も近いことから強みが発揮できるものと同社では考えています。また、包装・充填など生産ラインの後工程の部分においても、個々の機械と機械をつなぐ部分で道内メーカーが参入できる余地が大きいと捉えています。

## 自社専用機械の開発においては必ず秘密保持契約を締結

同社では自社向けに規格化された機械をカスタマイズして導入したり、自社向けのオリジナル機械を開発してもらう際、生産における自社のノウハウが機械メーカー側から他社に伝わってしまうことを恐れ、必ず機械メーカーとの間で秘密保持契約を締結しています。

機械メーカーとの信頼関係に依存し、秘密保持契約を締結しない企業も業界にはありますが、機械メーカーと同社の双方にとっても、今の時代はどこから情報が漏れるかわからないので、秘密保持契約による対策をとっています。

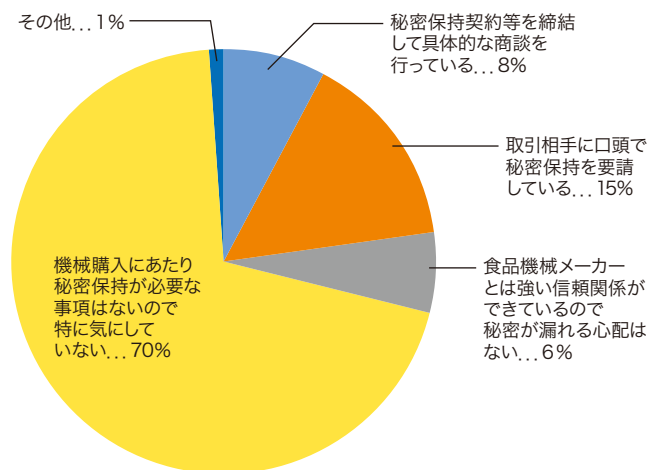
また、同社では社員に対してもレシピや工程表などを持ち出し厳禁としており、商品生産に関するデータは勝手に閲覧できないよう、担当者がパスワードを設定しコンピューター管理するなど情報管理を徹底しています。

## 道内食品メーカーアンケート調査結果より

アンケートに回答のあった道内食品メーカーのうち、「秘密保持契約等を締結して具体的な商談を行っている」という回答は8%とわずかとなっています。

このわずかな企業の中で、(株)きのとやでは、機械導入時に必ず秘密保持契約を締結しています。機械メーカーと食品メーカーが機械を開発する際、双方が重要な企業情報に触れることもあり、後々のトラブルを未然に防ぐためにも秘密保持契約を締結しておくことが求められます。

【機械購入時の秘密保持契約締結について】



## 食品メーカーからの声(機械メーカーに対する期待)

### 【機械メーカー自身のPRが大切】

#### ～道内機械メーカーには積極的な営業と情報発信を期待～

a社では機械メーカーに関する情報収集のため、機械の展示会には積極的に参加しています。しかしながら、展示会に出展する機械メーカーはやや固定化されており、なかなか新たな企業と出会うケースは少なくなっています。

展示会に出展していない機械メーカーやホームページを開設していない機械メーカーの中にも一芸に秀でた企業が存在すると認識しており、道内機械メーカーには積極的な営業と情報発信が期待されています。

#### ～ホームページ開設が新規取引につながることも～

b社では、加工品をつくるに当たって、新たに充填機を購入しようと考えました。当初、商社を通じて大手メーカーを紹介してもらったのですが、規格化された機械であるため、価格も高いことが課題となりました。そのため、b社では自らインターネット検索を行うことで、より価格が安く、性能の良い機械をつくっているメーカーを見つけ、そのメーカーの充填機を購入しました。

この事例からは、インターネットが企業の情報収集の1つの手段となっている現状がうかがえます。自社技術をPRする、魅力あるホームページを開設することで、新規の取引につながる可能性があります。

#### ～新規事業では機械メーカーの情報が不足～

主力事業に関する機械を製造しているメーカーの情報は豊富にあります。しかし、新規に立ち上げる事業では、必要としている機械を開発・製造しているメーカーの情報が少なく、メーカー探しに苦労しています。そのため、外に向かって積極的に情報を発信することで、新規の取引につながる可能性があるといえます。

### 【積極的な営業活動が大切】

#### ～機械メーカーの営業先として機械商社も有効～

c社では道内機械メーカーに関する情報が少なく、機械メーカーから売り込みにくるケースもほとんどないとのこと。c社と取引のある機械商社は、食品機械や機械メーカーに関する情報をよく提供してくれ、こちらから機械のニーズを伝えると探してくれることから、道内機械メーカーの営業先として機械商社も有効なものとなるのが考えられます。

#### ～飛び込み営業でも仕事につながる～

d社では、機械の性能やメンテナンスなどを考慮して、取引実績のある機械メーカーに機械製造を発注することが多いのですが、飛び込み営業であっても、機械メーカーの過去の実績や提案内容を考慮した上で仕事を発注した事例があります。

#### ～道内機械メーカーの積極的な営業を期待～

e社によると、補助事業の採択が公開された場合、事業を進めるために必要になりそうな機械を製造している道外

機械メーカーから問い合わせがくることがよくありますが、道内機械メーカーからの問い合わせはほとんどみられません。そのため、e社からは道内の機械メーカーももっと積極的に営業しても良いという意見が上がっています。

## 【提案力・技術力の高さが大切】

### ～機械の改良に関する提案が欲しい～

水産加工業界では、手作業の工程がまだまだ多い上、加工・製造の工程における高精度の機械へのニーズが高くなっています。

既存の機械では手作業部分の機械化への対応が難しく、また高精度の加工処理に課題があるケースもあるようです。加工・製造の工程において、新たな発想による機械、あるいは既存機械の改良など、積極的な提案をほしがっています。

### ～コストパフォーマンスに見合った提案が大切～

機械導入を検討するときには価格は大いに気になる要素であり、f社からは単価が500万円を超えるような場合は購入に慎重になるとの声が上がっています。

ただし、単純に価格ありきで判断しているわけではなく、その機械の導入によって手作業だった工程の省力化やスピードアップがどの程度進むかなども考慮したうえで購入の判断を行っています。価格の安い機械に対するニーズはもちろんありますが、このように費用対効果に優れた機械についてもニーズはあると見込まれます。

### ～食品分野の知識を踏まえた提案が必要～

中小の食品メーカーが競争に勝ち残るためには、他社製品との差別化を狙い、これまでに誰も手掛けていないような製品・製法を考えていくことが必要であり、そのためには、機械メーカーと協力しながら、独創的な構造の機械をつくる必要があると考えています。

こうした食品メーカーのニーズに応えるためには、食品メーカーの考えを理解して、対等な協力相手として同じ目線で語ることでできる機械メーカーが望まれます。

### ～経験を積んでスキルアップを図ることが大切～

g社からは、道内の機械メーカーに対して、食品分野に関する経験が圧倒的に足りない企業が多いと評されています。そのため、まずは少しでも参入しやすい市場を目指して、実際に経験を積むことが必要だといわれています。

また、経験を積むことで、自社のスキルアップにつながれば、より大型の高性能の機械をつくることできるようになります。その上で自社の技術をPRする営業ができるようになれば、もっと規模の大きな食品メーカーにも営業に行くことができるようになります。

## 【メンテナンス対応が大切】

### ～メンテナンスにおいてもきちんと対応して欲しい～

h社では道内機械メーカーの機械導入の際に、メンテナンスの範囲(内容・期間など)を明確にしておらず、「言った、言わない」の話が出ることもあるようです。

生産ラインがとまると大きな損失になるため、h社では道内機械メーカーには不具合やトラブルが起きた時にきちんとメンテナンス対応してもらえる体制を作してほしいと考えています。