



関西おもしろ企業事例集

～企業訪問から見える新たな

兆：KIZASHI～

Vol.8 食品ロス削減に貢献する企業編



「兆：KIZASHI ～」について

近畿経済産業局では、近畿2府5県における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1000件以上、地域企業の実態把握や施策立案のための企業訪問を行っています。

様々な特色を備えた企業が多数立地する関西では、地域のエンドユーザーの目や耳に届くことが少ない加工産業や部品製造、OEM生産をはじめ、インバウンド対応や独自技術で意欲的に新しいことにチャレンジしている「おもしろい」企業の活動に出会えるのも、この企業訪問の特徴です。

2015年9月に国連で採択された「持続可能な開発目標：SDGs」の達成に向けて、社会課題に対しビジネスを通じてアプローチする企業の動きが活性化しています。その中で食品ロス問題は、我が国でも2019年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されるなど現在注目度の高い分野の一つです。

今回のKIZASHIでは、この世界的な社会課題に着目し、様々なステークホルダーのニーズに対応しながら自社の有する技術やサービスを活かし、食品ロス削減に貢献する企業の事例を紹介します。

多くの皆様にご覧いただき今後のビジネスの参考になれば幸いです。

令和2年3月18日

近畿経済産業局 総務企画部

中小企業政策調査課

2025NEXT関西企画室

目次

株式会社アイル	P1
株式会社カンブライト	P2
株式会社コスモス食品	P3
株式会社シノプス	P4
株式会社精工	P5
東洋水産機械株式会社	P6
株式会社なんつね	P7
日産スチール工業株式会社	P8
株式会社ビューティフルスマイル	P9
米田工機株式会社	P10
株式会社REARS	P11



販売管理・在庫管理システム

マスタ管理、受注管理、売上管理、請求・入金管理、実績管理、発注・仕入・支払管理、便利機能、セキュリティ



在庫管理システム

ハンディターミナル連携（棚卸管理）、セッティング管理、在庫管理帳票（製造番号別在庫管理）、資産在庫・物流在庫の管理、入出庫管理、積送在庫管理



生産管理システム



貿易管理システム



プロジェクト管理システム

業種特化型パッケージ



ファッション



食品



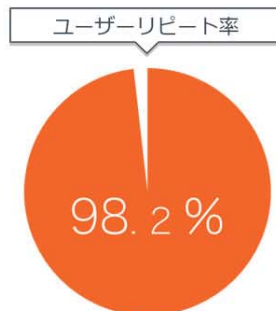
医療



鉄鋼・非鉄金属



ねじ（金属・部品）



業種別パッケージシステムの提供と 顧客ニーズに合わせた柔軟なカスタマイズ

オリジナルの販売管理システムで業容拡大

株式会社アイルは、前職の情報システム関連会社でトップセールスマンであった代表の岩本氏が、アフターケアやサポートなどコンピューターにまつわる全てのことを一社で請け負えば、ユーザーの負担軽減につながると考え、1991年に独立開業した。

当時、中小企業向けにこうしたサービスを提供する会社はほとんどなく、これからの時代に絶対に必要になると考え、一緒に仕事をしてきた信頼できる仲間5人で起業した。

オリジナルの販売管理ソフトを次々とリリースし、着実に業容を拡大した同社は、2019年には東証一部上場を果たした。

現場目線での徹底したコンサルティング

同社のメインターゲットはシステム管理の専門スタッフを有していない中堅・中小企業で、同社の業務コンサルティングに重点を置いたワンストップ支援が効果を発揮している。徹底したコンサルティングを通じてユーザーに最適な提案をするために社内チームを組んで対応している。満足度の高い対応を行うため、納品まで半年から1年をかけている。

「アイルのサポートは人情深く、柔軟な対応に満足している」との声も多く、リピート率も98%を超えている。

顧客ニーズに対応する「アラジンオフィス」

「アラジンオフィス」は、生産管理から販売・在庫管理まで企業のあらゆる業務を支援をする機能を備えた基幹業務システムで、ファッション・食品・医療・鉄鋼・非鉄・ねじ等の業種に特化したパッケージも用意している。現在8,000社以上の導入実績を活かし、業種のニーズにマッチした機能を取りそろえ、他社のシステムとも柔軟に連携している。

業界特化し無駄な機能を排除したパッケージ化と、個社ごとに対応するカスタマイズの両方を兼ね備えている点が特徴である。これにより、企業ごとの独自システムを構築しつつ、業務が効率化できる顧客満足度の高いシステムを構築することができる。

食品ロス削減にも貢献

同社の顧客は多様な業界に広がっている。食品分野での導入実績も多く、同社のサービスは不良在庫を減らすという観点で食品ロス削減にも貢献するサービスともなっている。

業種ごとのパッケージとカスタマイズに強みを有する同社は、今後も持ち前の業務コンサル力を活かし、あらゆる業界の困りごとの解決に向けたサービスとサポートを提供していく。

訪問：令和2年2月3日

創業年：1991年

業種：基幹業務管理システム等の開発・販売、他

本社所在地：大阪府大阪市

代表者：岩本 哲夫

URL：

<https://www.ill.co.jp>

CANBRIGHT



缶詰のトータルコーディネーター ～食材を売れる商品に育てる～

売り方の工夫で一次産業を元気に

株式会社カンブライトは缶詰の商品企画からレシピ開発、製造、販売支援まで一貫して対応するプラットフォーム企業である。

代表の井上氏が海外出張時に日本食の質の高さに気付いた一方で、国内の食品産業の衰退を目の当たりにしたことをきっかけに「一次産業を売れる産業にしたい」という思いから起業した。

「安い、時短、美味しい、国産」が売れる商品の定石であるが、中小事業者が全てを追うことは困難であるため、質の高い食材をパッケージや売り方を工夫することで高付加価値化する路線を目指している。2017年に発売した「牡蠣みそ缶」は、濃厚な蒸し牡蠣をペースト状にした珍しさと、高級感のあるパッケージが受け、日本酒のイベントで1日200個売れるほどのヒット商品になっている。

小ロット対応が強い

缶詰製造は、千、万単位での生産が普通であるが、同社は独自に選定した設備を整備することで、百単位での小ロット生産に対応できることが大きな強みとなっている。小ロットで試作を繰り返すアジャイル式開発は、食品ロスを減らすとともに、開発力の向上にもつながり、魅力的な商品を次々と生み出している。

共創コラボブランド「カンナチュール」

同社は共創ブランド「カンナチュール」を展開している。例えば、地域の規格外品を活用したいというニーズに対して、同社を中心に商品開発に努め、出来上がった製品は同社の提携工場で生産し「カンナチュール」として流通に乗せる。レシピの権利を同社が保有することで他のニーズにも対応でき、同ブランドは広がりを生み出している。2018年8月には、日本食の販売支援を行う企業と提携し、販売チャネルを強化した。コラボ缶詰屋台や缶詰自販機など新たな売り方にも挑戦している。

食材に新たな価値を付与し、販売を支援する同社のサービスは、地域の規格外品等の活用につながり、食品ロス削減にもつながるサービスといえる。

工場設立支援～スマート工場パッケージ化～

廃校となった小学校跡地を改装し食品工場化する等、地域での工場設立も支援している。現地に工場を持つことで物流コスト削減にもつながり、地域活性化に貢献している。提携工場立ち上げの実績を活かし、2020年春には「スマート食品工場パッケージ」をリリース予定。食品工場の立ち上げから商品開発までをトータルで支援する事業であり、プラットフォーム企業としてさらなる躍進が期待される。

訪問：令和元年12月13日

創業年：2015年

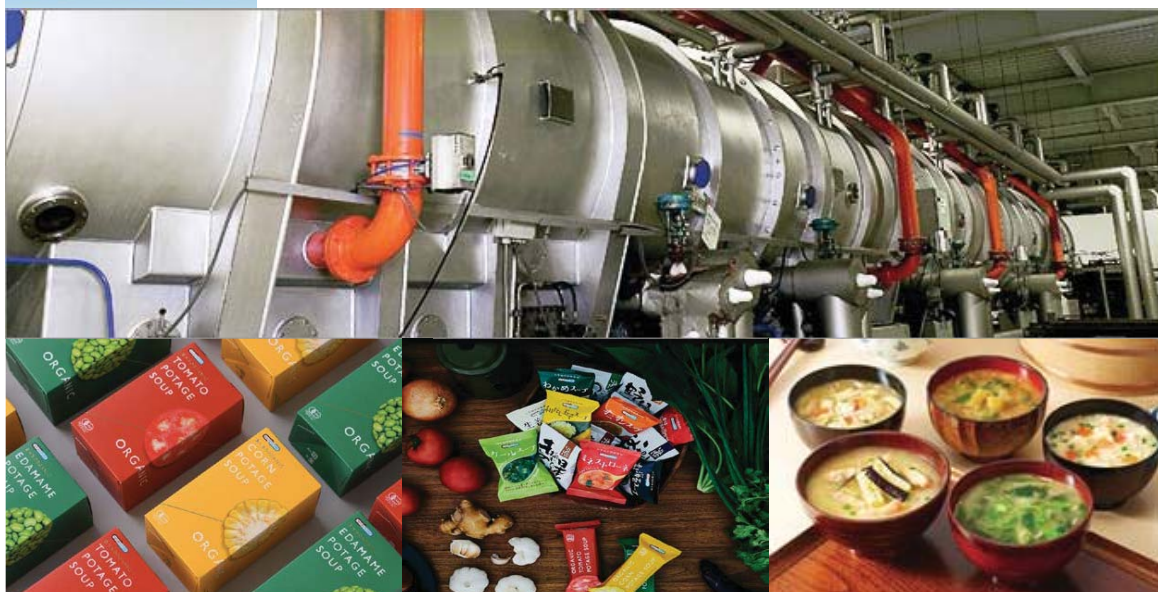
業種：加工食品企画・開発・販売等各種コンサルティング

本社所在地：京都府京都市

代表者：井上 和馬

URL：

<https://canbright.co.jp/>



フリーズドライ技術で、安心安全な 美味しい食事を食卓に届ける

創業以来フリーズドライ一筋

環境試験機の技術者である現代表の父と祖父が1964年にフリーズドライ量産型真空凍結乾燥装置の開発に成功し、1969年に株式会社コスモス食品を設立した。

創業以来OEMを中心にフリーズドライ一筋に取り組んできた同社は、自社製品開発に取り組む。そのきっかけは「化学調味料の入っている製品を子供には食べさせたくない」との社員の言葉であった。この言葉を心に留めていた現代表の康輔氏が、海外視察中に偶然オーガニック製品を口にし感動したことから、オーガニック食材を使用したフリーズドライ商品の製造を企画した。

当時（1980年代）は、国内で有機栽培をしている農家は少なく、タイで土地を探し自ら農場を拓き、野菜の栽培から始め、初の自社ブランド商品「有機野菜で作ったスープ」を完成させることができた。

ブランド名の「NATURE FUTURE」には、「あるがままの自然を未来に伝えたい」という思いが込められている。今では自社ブランド製品も1割にのぼっている。

社員に見せたいコンセプトを可視化

昨年、創業50周年を機に本社オフィスを新設。「フリーズドライの技術で、美味しい自然の恵みを食卓に届ける」という、会社の進むべき未来を社員に見せたい代表の想いを具現化したオフィスとなっている。

地域の農家等に会社に来てもらい、一緒に地域の食材を活用した新商品の開発に取り組むことができるキッチンラボを設置したり、食堂やカフェテリアなど、社員の発想を育む空間を随所に設けている。カフェテリアは将来、シェフを呼びカフェとして運営することで地域の方々の交流の場としていくことも検討している。

新商品開発への思い

「良い素材を良い形のまま美味しく届ける」という開発コンセプトのもと、素材としてそのまま使えるフリーズドライ商品の開発を行っている。

商品の良さを保ち届けるフリーズドライ技術は、賞味期限の延長技術として食品ロス削減の観点からも大いに期待できる。

今後も同社はフリーズドライ技術で安心安全を食卓に届け続ける。

訪問：令和2年1月27日

創業年：1969年

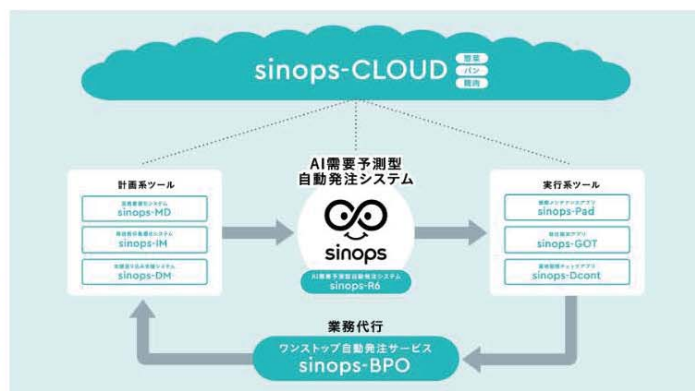
業種：フリーズドライ食品、エアードライ食品製造販売

本社所在地：兵庫県三田市

代表者：圓井 康輔

URL：

<http://www.cosmosfoods.co.jp/>



sinops Inc.

小売業の人手不足を解消しながら ロス削減にも貢献するITソリューション

自動発注システム専門メーカーへのあゆみ

株式会社シノプスは、自動発注システムの開発とコンサルティングを行うIT企業である。

1987年に株式会社リンクとして設立され、当初は画像処理装置のファブレスメーカーであったが、1996年頃から物流関連のシステム開発に携わってきた。ソフトウェアの自社開発・販売がメイン事業として確立した2006年頃、大手商社からドラッグストア向けの自動発注システムを依頼されたことをきっかけに、小売業への展開を開始した。

システムはお客様と一緒に成長していくパートナー

同社が提供する「sinops-R6」はエキスパート型AIを搭載した需要予測型自動発注システムである。日配食品・パン・惣菜などの賞味期限が短く、特売等で価格が頻繁にかわるカテゴリから高価格・低回転率の商品まで幅広いカテゴリで自動発注ができることに特色がある。高精度な需要予測によって、欠品を防ぎながら値引・廃棄ロスも極小化し、個店採算性の改善・向上に寄与している。スーパーマーケットから専門店まで多様な小売店の実情に合わせ、まるで一人の社員のよう日々の経験を積み重ね成長していくシステム構築を目指している。

デマンド（需要）起点のシステム作り

他社ソフトが生産者（供給）起点で開発されているのに対し、同社はデマンド（需要）チェーンマネジメント目線で開発を行っていることが強み。

顧客から提供されるデータからだけでなく、店舗業務を考慮して導入コンサルを行うことで、AIだけではできない需要予測・自動発注サービスを提供している。

口コミで同社の自動発注システムの良さが広がり、全国のスーパーマーケットやドラッグストア、チェーン店、専門店等に導入が進んでいる。

食品ロス問題を新たなビジネス機会に

賞味期限が短い卵や牛乳等の予測に適したデマンド（需要）起点のシステムは、食品ロス問題という社会課題解決の観点から期待が大きい。

同社は、大阪府の「おおさか食品ロス削減パートナーシップ事業者」に選定され、消費者向けの啓発活動にも積極的に取り組んでいる。

今後はコンビニの中食や外食産業への応用を視野に入れつつ、さらに予測精度を高め、新しい事業分野へチャレンジしていく。

訪問：令和元年10月18日

創業年：1987年

業種：自動発注・在庫最適化ソリューション開発

本社所在地：大阪府大阪市

代表者：南谷 洋志

URL：

<https://www.sinops.jp>



軟包装業界のリーディングカンパニー ～新鮮と安心を包む～

活版印刷から農産物フィルム包装のトップ企業へ

株式会社精工は、1911年に株券や銀行通帳、便箋等を扱う活版印刷業として創業後、農産物を入れる木箱のラベル製造をきっかけに包装資材分野へ進出し、ポリエチレンフィルムが出現するとフィルム包装資材の提供を開始するなど、時代とともに業態を転換してきた。現在では、「フィルム二次加工メーカー」「農産物包装資材専門商社」「デジタルオンデマンド印刷」「包装機械製造」の4部門を軸に事業を展開している。

同社は、商品開発、デザイン、製版、印刷、製袋、販売までの一貫生産が可能であり、短納期対応に強みを有しており、農産物フィルム包装市場においては約30%のシェアを占める業界トップ企業である。

食品ロス削減と廃プラ対応の両立へ

同社はSDGsが一般的に広まる前から、フィルムによる鮮度保持が食品ロス削減に貢献する旨をHPに掲載するなどPRに努めてきた。一方で廃プラスチック削減の社会的要請も高まる中、両課題に応えるため、同社は非分解型の植物（サトウキビ）由来プラスチック「グリーンポリエチレン」を使用したポリ袋や紙の包装材にフィルムを合わせた包装など、プラスチックを減らしつつ鮮度保持能力を担保した包装資材の開発を行っている。

パッケージデザインでブランディングをサポート

パッケージにはブランディングを支援する機能もある。商品の素晴らしさや産地証明など商品情報を、パッケージを媒体にしてどのように表現するかが重要である。また、おいしさの基本となる鮮度を伝えることも重要な役割である。鮮度保持がしっかりされていることがパッケージから意識づけられれば、その商品のブランド価値向上にもつながると言える。

また、袋以外の関連商材も組み合わせた総合的なブランディングプランを提案することで、生産者が野菜を作っただけではなく加工することで付加価値をつけた商品販売までのトータルサポート等に取り組んでいる。

包装における工夫がもたらす食品ロス削減効果

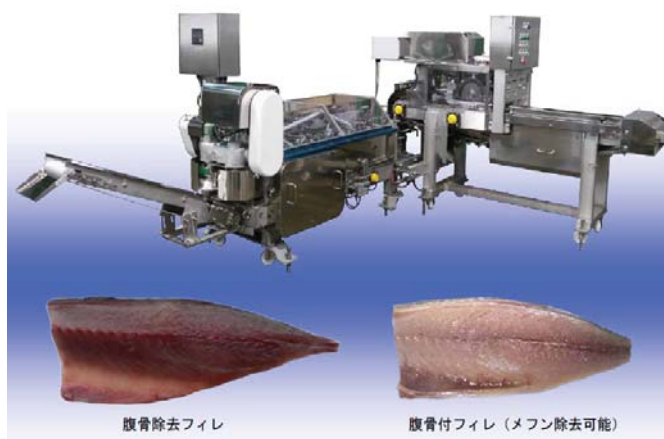
包装における工夫は、食品の鮮度保持を可能とするだけでなく、小分けやカット野菜等市場ニーズに合った流通を促すことにつながり、さらにはパッケージデザインを活用することでエシカル消費を喚起する効果もある。

同社はこうした効果を意識しつつ、常に世の中から求められる包装を形にする努力を重ねており、今後も食品ロス削減の観点からも活躍が期待される。

訪問：令和元年12月11日



東洋水産機械株式会社



腹骨除去フィレ

腹骨付フィレ（メフィン除去可能）



新鮮な魚を無駄なく自動で美味しく加工

海外市場を視野に入れた、水産加工機械開発

1963年に当時の水産加工機械先進国のスウェーデンの企業と技術提携し、日本で初めての魚体処理機の製造を始めたのが東洋水産機械株式会社の原点である。その後、1984年に採卵機の開発に取り組んだことが事業拡大の契機となった。それまで海外では、スケソウダラの卵は廃棄されていたが、タラコとして日本向け需要に気づいた海外企業から同社が開発した採卵機の注文が急増し、ピーク時には年間30億円を売り上げた。

遠洋魚業の衰退に伴い、事業モデルの転換

1994年に発効した「海洋法に関する国際連合条約」により排他的経済水域が設定されたことを受け、日本の遠洋漁業が急速に減少し、同社の船舶用水産加工機器の受注が大幅に減少したことから、事業モデルの転換を図る必要性が生じた。日本の水産会社は、海外に現地法人を設立し、排他的経済水域内での魚業を行う事業モデルに変更したことから、同社も海外展開を図るべく、アメリカのシアトルに現地法人を設立し、日本の水産加工会社の海外現地法人向けのメンテナンスサービスや部品供給を図る体制を構築しつつ、同時に海外の水産会社への営業も開始した。現在は、売上げの1/3を海外展開が占めている。

現代表の塚越氏が同社の水産加工機を納品している海外取引先を訪問している中、アラスカの水産会社の現場で、オペレーションが上手くできている先と上手くできていない先があることに気づいた。メンテナンス対応が現地法人による場合ではなく、部品メーカー任せにしていることにより、きめ細やかなサービスが提供できていないことに起因していた。そこで、メンテナンスを含むサービス面を拡充すれば、新たな受注獲得の可能性が大いにあると考え、部品メーカー任せになっていたアフターサービス面を同社の現地法人が窓口になって対応する仕組みへ改善を進めている。

現場のニーズを把握し製品化

同社は大型案件に対応できることが強みである。同社の魚体処理機は完全受注生産であり、基本的には自社定番商品をカスタマイズした現場のニーズに対応した加工機の製造やメンテナンス等を含むワンストップ・トータルサービス型のビジネスモデルに取り組んでいる。

同社の魚を自動で無駄なく、高品質な状態で処理する技術は、生産段階での食品ロス削減に貢献につながるだけでなく、食卓に美味しい魚を届ける技術としても期待される。

訪問：令和2年1月15日

創業年：1963年

本社所在地：大阪府堺市

URL：

業種：船舶・工場用水産加工機械製造・販売

代表者：塚越 智頼

<https://www.tosuiki.co.jp/>



食肉流通における部位のフル活用ビジネス ～お肉屋さんの応援団～

業務用スライサーのトップメーカー

株式会社なんつねは、精肉店、精肉工場、飲食店等向けの業務用スライサーで国内シェア約5割を占めるトップメーカーである。

1929年に刃物業を営んでいた同社の創業者が国産初の生肉用薄切り切断機を開発して以来、ミートスライサーやチョップカッター、最新鋭3Dポーションスライサー等、食肉用の加工機械開発の先駆者的な取組を続けてきた。

肉の全ての部位を有効活用～お肉屋さんの応援団～

「業績悪化に直面し、全国的に数が減ってきているお肉屋さんに恩返しをしたい」という社員の声をきっかけに、町の精肉店が儲かるビジネスを提案するプロジェクト「お肉屋さんの応援団」事業を2017年から立ち上げた。

ソーセージの本場ドイツやフランスで修業を積んだスタッフがレシピやノウハウを精肉店に還元。タンの先端や肉の切れ端などそのままでは販売できない端材肉をソーセージに加工し、部位の有効活用と付加価値のある加工品販売の両面からの売上増加を顧客とともに目指している。

また、自社内でも端材肉を使用したソーセージを製造しており、現在精肉店10数社から端材肉を預かってハムやソーセージの委託製造を行っている。

売れる場所と売れる機会を提供

このような商品開発を進めながら、2019年9月、大阪市福島区の高架下に製造販売兼肉バル店舗を出店した。さらに、2020年2月には自社製造の加工品販路として肉料理を特徴としたビストロ店舗をエスト梅田のフードホールにも出店。今後は飲食店での商品価値を高めていき、市場での競争優位性を確認できれば、事業のフランチャイズ化も視野に入れて検討したいと考えている。

食品ロス削減に向けて

同社は経営理念として「知恩報恩」を掲げており、一貫して顧客との縁を大切に考え、精肉店が利益を上げられるような事業モデルを積極的に展開している。

その中で、端材肉の有効活用のみならず、MAP包装（パッケージ内部の空気を内容物の保存に適したガスに置換する包装）の普及にも取り組む。消費期限の延長が可能となれば、供給側が需要に応じた生産計画を立てることができ、廃棄リスク（売上機会の損失）の削減にもつながる。同社の食品ロス削減に向けた取組の深化とさらなる活躍が期待される。

訪問：令和2年2月4日

創業年：1929年

本社所在地：大阪府藤井寺市

業種：食肉加工機械・食肉スライサー製造販売

代表者：南 常之

URL：<https://www.nantsune.co.jp>

NSK 日産スチール工業株式会社



野菜の鮮度を保つ袋です。

包む。
鮮度そのまま。
フレッシュママ。

フレッシュママで世界の農業に携わる 人々を豊かにする

スチール製品メーカーの機能性保存袋

日産スチール工業株式会社は、1975年創業のスチール・ステンレス製品メーカーである。幅広い生産施工の経験に基づき、OEM生産だけでなく、自社で企画提案から設計・製造・設置まで一貫して行えるのが特徴で、流通業者向けポスレジ台や什器等の製造を主力に事業を展開している。2012年頃、同社が納品した袋スタンドをスーパーで見た化学薬品メーカーから依頼され、取引先のフィルムメーカーとともに特定の化学物質を素材に含むシートの開発に着手した。

「フレッシュママ」の開発と効能

完成したシートに果物を入れて保管したところ、鮮度のいい状態で保存されていることに気づき、農学博士 川上 茂樹氏（現大阪大学産業科学研究所 特任准教授）に効能の検証を依頼した。その結果、同製品は野菜や果物から発生し劣化原因となるエチレンガスを効率よく二酸化炭素と水に分解し、一部をシート外部に排出することで、鮮度保持とカビ抑制の効果があることが判明した。

こうして開発された機能性保存袋「フレッシュママ」は、既存のコールドチェーンと組み合わせることで青果物のロス率を低減するとともに、流通時の腐食等を削減し、物流コストの低減にも貢献してお

り、2019年には京都中小企業技術大賞を受賞するなどその効能が評価されている。

「フレッシュママ」の海外展開～農業を変える～

「フレッシュママ」の開発後、海外展開を検討する中で、2017年にインドで開催された総合食品展示会に参加した。

インドは果実大国であるが、コールドチェーンに課題があり、農家から青果市場に届くまでの間に半数近くの作物が腐敗しているとも言われている。

同製品を活用することで青果物の鮮度保持の期間が伸び、物流段階での食品ロスを避けるだけでなく、販売機会のロス減少にもつながるため、インドの農業環境を改善させる第一歩になる可能性がある。

現在、現地の農水省やメーカー・商社との交渉を進めており、インドを製品製造・販売のモデル市場として他国への展開も検討している。

TICAD7「日本・アフリカビジネスEXPO」出展

同社は、2019年8月に横浜で開催されたTICAD7「日本・アフリカビジネスEXPO」ジャパンフェアにも出展した。

1枚の保存シートが世界中で青果物の食品ロスを軽減し、農業を変え人々を豊かにする可能性を見据え、今後も活動の領域を広げていく。

訪問：令和2年2月10日

創業年：1975年

本社所在地：京都府木津川市

URL：

業種：板金加工、鮮度保持商品開発

代表者：西部 清志

<https://www.nsk-kk.co.jp/>



もったいないに光をあて 未来につなげるプラットフォーム

「ロスゼロ」～もったいないを減らしたい～

株式会社ビューティフルスマイルは生産者やメーカーから出る規格外品や、販売予測のズレ、商習慣等によって販売が難しくなった、いわゆる「ロス予備軍」の食材を、ECサイト等を通じ消費者や企業に販売するサービス「ロスゼロ」を運営している。

社長の文氏はヘアアクセサリを販売するECサイト「リトルムーン」を運営し、楽天市場Shop of the Yearを3度受賞した実績を持つ。

2010年から使われなくなったヘアアクセサリを日本全国で回収し、ラオスやカンボジアなど発展途上国の少女に寄贈する活動を開始。それらの一部をカンボジアで販売し、その売上を基に現地で奨学金の創出や若者の職業プログラム支援に取り組んできた。

こうした経験から、ビジネスを通じて「もったいない」を減らしたいと思い、食品ロスに注目。2018年から「ロスゼロ」事業を開始した。「ロスゼロ」の収益の一部も途上国へ寄付されているほか、国内のフードバンクに寄付されている。

食材に新たな付加価値を

ヘアアクセサリの販売で培ったノウハウを活かし、食品提供企業に対し廃棄コストの削減だけでなく、ECサイトの構築支援や販路開拓支援、新商品

や販売方法の提案等ができるのが同社の強みである。

具体的には、余った節分豆とバレンタインチョコにクコの実などスーパーフードを加えて新商品にリメイクしたり、規格外の菓子を詰め合わせにして不定期で販売するなどの工夫をしている。

商品の提供・購入が、食品ロス削減や途上国支援につながるという社会的価値だけでなく、お得感や特別感の創出にもつながり、ロス予備軍の食材へ新たな付加価値を与えていることが「ロスゼロ」流である。

啓発を通じエシカル消費の文化を創る

同社は、講演やイベント等を通じた啓発活動にも積極的に取り組んでおり、中でも特徴的なのが2019年10月から開催している「ロスゼロ食堂」である。

「ロスゼロ食堂」は、生産者から提供された規格外食材を協力レストランで調理し提供するイベントである。参加者に対し食品ロスに関する知識を伝えるだけでなく、実際に規格外食品を食べることで規格外食品への偏見をなくし、エシカル消費の文化を広げることを目指している。

将来的にはこうしたオフライン事業（ECはオンライン）を拡大し、食品ロス削減に向けた活動を更に加速させていく。

訪問：令和元年11月27日

液体急速凍結機の
米田工機株式会社



お客様の食品加工機器ニーズに 社内一貫体制で柔軟に対応

板金加工業として発展

米田工機株式会社は1961年神戸市で創業し、氷を入れて冷やす木製冷蔵庫を製造していた。電気式冷蔵庫が普及すると、同社も業務用冷蔵庫の製造を始めた。大手メーカーとの価格競争に巻き込まれる中、冷凍庫の製造工程で培った板金加工技術を活かして、多くの製造企業から板金加工を受託する加工業として発展してきた。

事業モデルチェンジ 加工業からメーカーへ

代表の米田氏は2007年に本社を現在の地に移転したことを機に、受注量やコストを元請けに合わせなければいけない加工業から食品加工機器メーカーへ事業モデルチェンジすることを決断する。

メーカーとしては後発だが、個社対応や細かな製品開発を徹底することで顧客からの信頼を勝ち取り、現在では冷熱産業関連設備機器、オリジナル機械、業務用生ごみ処理装置、各種ステンレス製品の加工といった食品関連機器メーカーとして、企画・設計・製作・販売からメンテナンスに至るまで全てを社内一貫体制で行っているのが強みである。

液体急速凍結の技術で鮮度を維持

従来のエア式急速凍結技術では、食材全体にまんべんなくエアーを当てる事ができず凍結ムラができ凍結時間がかかるため、氷の結晶が大きくなることで細胞を破壊し、食品から旨み成分であるドリップが大量に流出する。その結果、凍結による品質の低下が避けられなかった。

しかし、同社の液体急速凍結機「リ・ジョイスフリーザー」は液体が食品にまんべんなく均等にわたるため凍結ムラがおきず、高い熱伝達率により急速に凍結することができ、氷結晶を小さくとどめ細胞を破壊しない凍結が可能である。そのため、解凍後も冷凍前と変わらないみずみずしい鮮度を維持することができる。

最近では、農産物類を取り扱う企業からの受注や、商社から「食品ロス対応を謳って製品を販売したい」との申し出が来ている。

同社は常にお客様のニーズに合う製品を提供することを大切に考え対応してきたが、その中で鮮度保持の技術は昨今問題になっている食品ロス削減にも貢献する技術とも言え、こうした分野でも今後の大きな発展が期待される。

訪問 : 令和2年2月6日

創業年 : 1961年

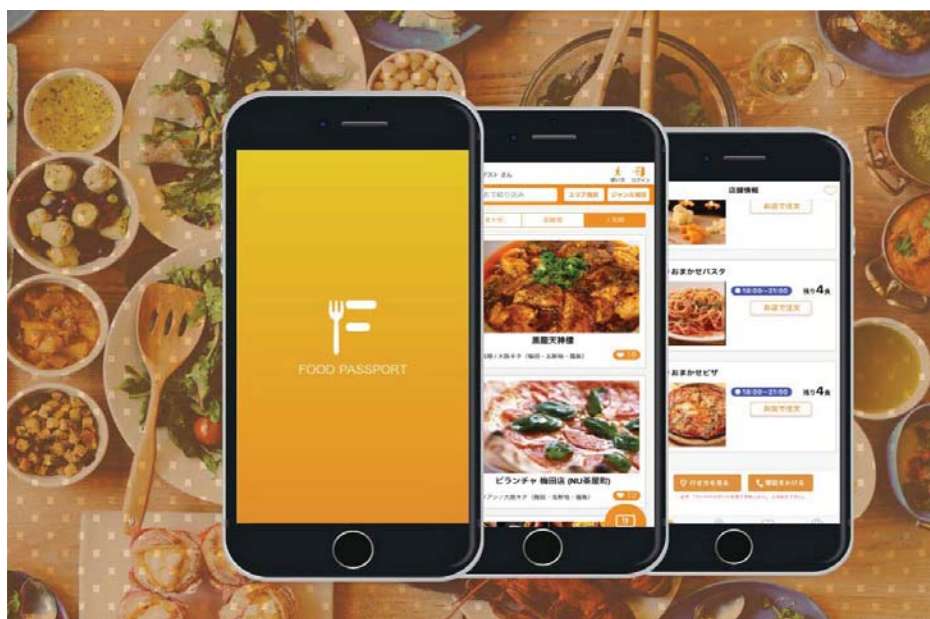
業種 : 冷熱産業関連設備・機器等製造業

本社所在地 : 兵庫県神戸市

代表者 : 米田 稔

URL :

<http://www.yoneda-kohki-group.co.jp/>



美味しい食事で社会貢献！ 余剰食材のシェアリングサービス

余剰食材のシェアリングサービス

「FOOD PASSPORT」

株式会社REARSは、飲食店に対し、ウェブマーケティング・スマホアプリ制作・店内販促・広告デザインを中心にマーケティングから店舗運営までサポートしている企業である。

2018年10月より飲食店の余剰食材のシェアリングサービス「FOOD PASSPORT」を開始。ユーザーは月額980円で、同サービスに加盟している飲食店の余剰食材を使ったおまかせメニュー（1,000円前後のもの）を月10回食べることができる。

ユーザーが支払った月額利用料の一部から顧客の来店比率に応じて加盟店舗に分配する仕組みである。

同様のシェアリングサービスの加盟店舗数が数百店舗の中、同社のサービスは関西、関東で約1,200店舗の加盟店舗数を誇る。

美味しい食事で社会貢献

同社の代表である後藤氏が飲食店への営業をする中で仕込みすぎなどによる余剰食材に各飲食店が頭を抱えていることを知ったことがFOODPASSPORT開始のきっかけである。

「食に関わる全ての人の幸せをつくる」が同社のミッションであり、温かく美味しい料理をその場で

提供したいという思いからイートインで提供している。また、グルメサイト運営会社に勤めていた代表の経験も活かし、加盟店も質の高い店舗を厳選している。

売上の一部はフードバンク等に寄付しており、美味しい食事を通じ気軽に社会貢献できることが同サービスの特徴である。

外部との連携で食品ロス削減に貢献

飲食業界のネットワークを活かし、レジ、内装など飲食店向けにサービスを展開している他企業とも連携しながら加盟店舗数を増やし、名古屋、九州などにもエリアを拡大しつつ、5万店舗、100万ユーザーを目指す。

また、2019年10月に大阪市環境局と連携協定を締結するなど、行政とも連携しつつ食品ロス削減に向けた啓発活動にも取り組むなど、食品ロス削減に向けた今後の活躍が期待される。

訪問：令和元年10月18日

創業年：2016年

業種：飲食店食品ロス対策アプリ

「FOOD PASSPORT」の運営等

本社所在地：大阪府大阪市

代表者：後藤 靖佳

URL：

<https://www.rears.co.jp/index.html>

「関西おもしろ企業事例

～企業訪問から見える新たな兆：KIZASHI～」

[https://www.kansai.meti.go.jp/
1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html](https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html)



【バックナンバー】

Vol.1	当局若手職員が注目した企業編	(R1年5月)
Vol.2	オープンファクトリー編	(R1年6月)
Vol.3	社員も会社も輝く企業編	(R1年7月)
Vol.4	20代の起業家編	(R1年9月)
Vol.5	2019上半期特別編	(R1年10月)
Vol.6	新たな価値を生み出すコネクター編	(R1年12月)
Vol.7	尖る中小企業のブランディング編	(R2年2月)

お問い合わせ先

近畿経済産業局 中小企業政策調査課

TEL：06-6966-6057

MAIL：kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp

