



## 高齢者向け新ソフト食「そふまる」で全国向け小売市場に挑む

名阪食品株式会社 奈良県桜井市

創業者の清水宏吉<sup>ひろよし</sup>会長（75歳）が1968年に飲食店の経営を始め、71年に法人化して給食製造事業を開始した『名阪食品株式会社』。以来着実な成長を続け、「給食のプロフェッショナル集団」として、保育園・幼稚園・学校給食、法人向け産業給食、病院・福祉施設向け給食などの幅広い分野で毎日7万食以上の提供を手掛けている。

社である「お客様満足の探究」のために、おもてなしの心と笑顔で高品質なサービスを提供し続ける同社は、今年には新開発の高齢者向け新ソフト食「そふまる」で全国向け小売市場に挑む。

### 会社概要



会社名：名阪食品株式会社  
所在地：奈良県桜井市大字吉備 452-7  
電話：0744-43-9090  
FAX：0744-43-9060  
創業：1968（昭和43）年10月  
設立：1971（昭和46）年12月  
代表者：代表取締役社長 清水 克能<sup>かつよし</sup>  
資本金：5,000万円  
従業員：1,650名（パート含む）  
事業内容：各種給食サービス事業、フードサービス事業  
URL：<http://www.meihan-shokuhin.co.jp/>



本社外観。事業部は奈良・三重・大阪・埼玉の4か所に所在。事業所は和歌山・京都・滋賀・兵庫・愛知・茨城・千葉・東京・神奈川・群馬・熊本の各都府県に広がる。

### 経営改革により「経営の見える化」を実現

1980年代に、いち早いオフィスコンピュータの導入や事業所間の献立データ共有による効率化などの様々な先進的取り組みを進めた同社は、会長の長男である清水克能<sup>かつよし</sup>社長（49歳）の指揮のもと、2000年代中頃から更なる経営改革に着手した。

具体的には、「経営の見える化」（経営の実態把握と問題解決の迅速化）を実現するため、自社のKSF（事業成功要因）やKPI（重要業績評価指標）を洗い出し、仕事の定義化を進め、それらを業務の日々管理に落とし込む様々な仕組みづくりを進めた。また営業のシステム化を図り、新人の早期戦力化も可能とした。

一連の取り組みには社内でも抵抗もあったが、粘り強く地道な改革を進める中で着実に業績は向上し、苦勞しながらも定着を進めることができた。

### ソリューションからイノベーションへ

「年商50億円の大台が視野に入ってきた今こそ、企業規模に見合った考え方や仕組みを作り上げねば生き残れない」と清水社長は気を引き締める。

同社では、従来型の顧客の悩み事を聞いて「ソリューション（解決）」を図る営業だけでなく、顧客に対しこういうものはどうですかと能動的に「イノベーション（革新）」を提供する営業へのシフトが必要だと考え、外部の専門家を入れて現場作業の標準化や効率化を進め、その結果余裕の生じたマンパワーをイノベーションへのチャレンジに回す取り組みを行っている。

### 高齢者向け新ソフト食「そふまる」の開発

そうしたイノベーションを重視する同社の姿勢

の結晶の一つが、実に8年間におよぶ研究開発を経てこの度商品化した新ソフト食「そふまる」だ。

同社のグループ法人が運営する特別養護老人ホームで咀嚼困難な人へ提供していた当時一般的な「きざみ食」は、口内での食塊（食べ物の塊）の形成が難しく、誤嚥性肺炎の危険もあるという問題があった。それを解決すべく、「見た目が常食（普通食）と変わらないこと」「柔らかく食塊となりやすいこと」「飲み込みやすいこと」という条件を満たす加工法を全国くまなく探したが存在せず、それならばと社会的な使命感を持って、8年前に自社での研究開発を開始した。

食材の見た目をそのまま保ち柔らかくする秘密は酵素の活用だが、酵素の種類や量、温度、加工時間等の要因は、食材ごと産地ごとに細かく異なる。それらの膨大な組み合わせを徹底的にテストして蓄積した研究データが同社の強みである。

例えば同じ焼きサバでも、ノルウェー産、日本海産、北海道産など産地により加工のコツが全て微妙に異なるが、そうした食材変更にも同社の技術では迅速に対応可能だ。



「そふまる」の説明資料。今回商品化したのは約30種類だが、商品化が可能なレシピのストックは数多くあり、今後も研究により種類を増やしていく予定。

## 大手百貨店「三越」のオファーで全国展開

昨年、高齢者向け食品に力を入れている大手百貨店「三越」から声がかかり、面談後すぐに契約が成立。高齢者向け食品ギフトカタログの目玉商品として「そふまる」が掲載され、この2月から発売を開始した。また100万部発行される同百貨店の中元カタログにも掲載が決定した。

食品の外形をとどめながらも舌でつぶせる柔らかさを実現した「そふまる」は、これまで存在しない全く新規の商品分野を開拓したともいえる。そのため、まずは知名度を向上させ消費者に商品分野の存在を認知してもらう必要があるが、そのうえでも「(三越からのオファーは)非常にありがたい」と清水社長は語る。

## 従業員満足度の向上により確実な成長を目指す

「確実に成長し続けていくこと」が同社の目標。そのためにまず必要なことは従業員満足度の向上だと考える清水社長は、人事施策や従業員サポートにとくに力を入れている。

明確な人材ビジョンとキャリアプランを示し、年間10回近い研修を受けさせるなど、従業員のスキルアップやキャリア開発に注力。管理栄養士の資格取得費用の会社負担や、復職率ほぼ100%の出産育児休暇制度なども手厚く用意している。

また、「職場の雰囲気が悪ければいい商品はできない」という信念のもと、遊びの要素も忘れず安心して仕事ができる雰囲気の醸成にも努める。例えば、従業員全員の誕生日に自宅に社長直筆のバースデーカードを贈る取り組みも5年前から続けており、「全員の顔を思い浮かべながら本人の長所を考えて書いている」と清水社長は笑う。

「すべては、お客様の健康で楽しく豊かな食生活のために」が自分たちの夢だと語る清水社長。今年は「そふまる」で全国向け小売市場に挑み、高齢者の健康で豊かな食生活を実現することで社会への貢献を目指す。(吉村謙一、島田清彦)