

「新たな可能性」を切り開き、「夢あふれる食品」を提供することを目指し、常にチャレンジ精神を持って「食文化の創造」に取り組む

中村化成産業株式会社

- 代表者名 中村 嘉男
- 所在地 〒283-0826 千葉県東金市丘山台1-12-3
- 会社HP <http://nakamura-kasei.co.jp/>

1. 人にやさしい食品と薬で“ひと”と“未来”に貢献する

中村化成産業株式会社は千葉県東金市にある食品メーカーである。1947年に「人にやさしい食品と薬で“ひと”と“未来”に貢献する」を企業理念として創業している。薬品分野ではチョコレートの中に医薬品を混ぜる独自の商品開発・販売を行い、食料品分野ではチョコレート、マシュマロを中心に自社ブランドおよび複数の相手先ブランドによるOEM製造を行ってきた。これが社名に“化成”の文字が残る所以である。その後、2001年に東金に移り現在の「中村化成産業株式会社」に組織変更され、事業もマシュマロを主体にした菓子・食料品に集約している。現在はISO9001のほか2014年にはISO22000を取得し、食品安全マネジメントシステムに対応している。



千葉県東金市にある本社工場

同社は、マシュマロ、チョコレート等を中心に複数の企業からOEM受注を主体に事業を行っているが、“McLuney (マックルーニ)”という自社ブランド製品もラインナップしている。現在の売上の構成比としては、OEMが90%、自社ブランドが10%であるが今後は増やしていく意向であるという。

2. 小回りの利く生産体制で独自の“マシュマロ”を生産する

同社の強みは「新たな可能性」を切り開き、お客様に「夢あふれる食品」を提供することをかかげ、常にチャレンジ精神を持って「食文化の創造」に取り組む企業姿勢と、それを実現していく小回りの利く生産体制である。



東金移転を契機に生産力の強化と、製品開発にも積極的に取り組んでいる。例えば、マシュマロの既成概念である「丸いもの」「円筒形のもの」から一変した、シート状のもの、ハート型・星型、ビーズ状、棒状などさまざまな形状のものや果汁を加えた本格的な味わいものなどを含めると20種類以上のマシュマロを生産している。マシュマロは成分の関係から形状を維持するのが難しいが、こういった大手ではなかなか

手の回らないものでも、お客様の要望に合わせて可能な限り商品化に挑戦し実現している。

3. 新しいチャレンジ！ 自社ブランド商品で市場を創造する

同社が昨年（2020年）から新たに取り組んでいるのが「塗るマシュマロ“ぬりまる”」である。

マシュマロの市場規模は年間90億円程度と推定されている。チョコレートやせんべいほどとは言わないが、スーパーに行ったら最低2～3の商品が棚に並んでいる状況になることが理想と同社の中村社長は話す。しかし、現実には形状や味のバラエティを増やし、既存の市場を活性化しても、菓子としてのマシュマロだけではトータルの需要を拡大していく起爆剤にはなりにくい。“ぬりまる”はマシュマロ市場全体の需要を拡大する取組みであり、市場創造の取組みである。“ぬりまる”は、マシュマロのフワフワ感そのままに、ぬるタイプのスプレッドであることから、お菓子としてのマシュマロのバリエーションではなく、ジャム、生クリーム等の代替需要としてのポジショニングである。既存のマシュマロは、そのまま食べる、バーベキュー等で焼いて食べる、コーヒー／ココアに浮かべる、等の用途が一般的であるが、本製品はトーストやパンに塗る、フルーツサンドイッチ／スポンジケーキ／クレープ等への生クリームの代替とすることを想定している。

塗るマシュマロは海外からの輸入品はあるが国産品は同社が初めてである。“ぬりまる”のこだわりは、McLuneyのマシュマロと同じ成分で、ゼラチン、砂糖、水飴、自然素材香料（バニラ）以外の添加物や保存料、増粘剤、卵、大豆は不使用であることだ。たつぷりとパンに塗って楽しんでもらうために、商品化にあたっては同社の理念である「人にやさしい食品」を念頭に開発されている。

しかし、新たな挑戦だけに商品化に向けて味のスペックをどのように決めるか？ が課題であった。この課題に対しては、開発において試



作品を同社のInstagramフォロワーであるアーリーアダプタ層に試作品を提供し、利用シーン、使い勝手を尋ねている。好意的な意見があれば改善を促すものまで幅広い感想が寄せられた。これらの意見をもとに改良を重ねた結果、SNSではパンに塗るだけでなく、コーヒーに浮かべる、フルーツのトッピング、ヨーグルトと一緒に食べるなどさまざまな使い方が投稿されている。いくつかのマスコミにも取り上げられたこともあり、出荷も好調で現在は生産が追い付かない状態にあり、生産力の増強を計画中であるという。

4. 安心・安全はそのままに新たな商品開発で人々をワクワクさせる

OEM主体の事業を続けてきた同社であるが、さまざまな自社ブランドの“McLuney”製品や“ぬりまる”の商品化等徐々に自社ブランド商品を強化している。



こういった流れは同社に限った状況ではなく受託型企業の自立化はインターネットの発達とともに新たな事業機会につながりつつある。

同社では楽天、Amazon、Yahooを利用して業務用をメインに販売しているが、定期的に購入されている方に購入動機を尋ねると、「添加物無し、卵不使用だから子供にも安心して出すことができる」という答えが多いという。「食の安全」という基本があつての商品開発の姿勢の評価であろう。

そんな同社が新たに取り組んでいるのは「奇跡の果実デーツ100%果汁とカカオで作った砂糖不使用ビーガンチョコレートソース」である。

試行錯誤の繰り返しと思うが今後もワクワクさせる商品の開発に取り組む同社の活動を応援していきたい。

中小機構
支援事例
検索はコチラ ▶▶▶



https://www.smrj.go.jp/research_case/case/index.html

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
経営支援部 企業支援課 石坂 尚