「新事業を始めるにあたり、全国へ視察に回りました」と話す二本木社長

新たな事業の柱をつくるため、乗り出した冷凍弁当事業。多様なニーズを受け、コロナ禍の屋台骨に

有限会社ニッショク

代表取締役
二本木昭敏

松本市出身。栄養士。大手ビールメーカーに入社し、都内の法人営業部署に勤務。30代を目前にUターンし、両親が営む仕出し弁当店を継承した。2004年、有限会社ニッショクを設立。

冷凍弁当と、湯煎で温めるお惣菜。企業や施設など納品先の作業時間や労働力の節約にも役立つ

冷凍弁当の一例。電子レンジで温めるだけで、できたてのようなおいしさに

玄米と高タンパクおかずで構成された、フィットネスジムチェーンの会員向けお弁当

コロナ禍、新事業で見出した活路

彩りよく盛りつけた状態で急速冷凍する「冷凍弁当」。特殊技術で素材の細胞を壊さないため、おかずもごはんも、味と食感をほぼ損なわずに長期保存できます。食べたい時に電子レンジで温めるだけで、おいしくバランスが整った一食がで出来上がり。現在、この冷凍弁当の製造依頼が全国から相次いでいるのが、松本市に本社を置くニッショクです。

「ウーバーイーツ需要に伴うデリバリー専門レストランのオーダーや、病院内に備蓄する非常食にしたいなど、コロナ禍だからこその注文も増えています。当初は予想もしなかった状況ですね。当社の冷凍弁当は食材をほぼ選ばないので、多様なメニューを提供できるのが特徴のひとつです。例えば病気療養中の方向けの塩分控えめのお弁当や、フィットネスジム会員向けに糖質やたんぱく質を管理したお弁当などの依頼も、全国からいただいています」

そう話すのは、ニッショク代表の二本木昭敏さん。受注増加に合わせて、2021年には一度に800食を製造できる大型急速冷凍機の導入を決めました。従来の同社の製造能力の16倍と、大規模な設備投資です。機械導入に合わせて、工場の増築も決定。信用保証協会を利用して融資を受け、工事を進めています。

ニッショクの事業の柱は、長らく企業向け宅配弁当と仕出し弁当でした。しかし新型コロナウイルス感染拡大による社会の変化で、それらの売上は約半分にまで減少。一方で巣ごもり需要に合致した冷凍弁当事業が一気に拡大したおかげで、順調な経営を維持しています。

この事業のスタートは5年前にさかのぼります。そこには二本木さんの、先見の明がありました。

25年後の社会を見据えた勇気ある改革

「新事業を始めるきっかけになったのは、2016年頃に財務省が発表した『企業数の将来推計』というデータです。それによれば、2040年に長野県内の企業数は40%減少し、人口も減ると予測されていました。多くの企業で、事業の先細りと労働力不足が予想される。ならば今のうちに先手を打とうと、事業の柱を増やす構想を始めたんです」

食材の細胞を壊さず味や食感の劣化を防ぐ急速冷凍機。現在さらに大型機械の導入を準備中

できたてのお弁当を届けるためには、午前から昼の時間帯に製造スタッフと配達スタッフを集中させなくてはなりません。人員確保が前提のこの方法は、いずれ無理が出る。マンパワーを抑え、計画的に生産できる方法はないか？そこで着目したのが、料理を真空パックする「クックチル製法」。社員食堂や介護施設に、惣菜を一括で納めることが可能になります。そしてもう一つが、前述の冷凍弁当事業。既存の技術ですが、東日本エリアは導入しているメーカーが少なく、競合相手が少ないこともメリットでした。

「冷凍弁当を始める目的のひとつが、従業員の働き方改革でした。それまで当社は週7日営業していましたが、冷凍弁当を導入すれば作り置きができるから、定休日を作れる。働きやすい職場に変わることができると考えました」

安定していた現状を維持するだけではなく先を見て設備投資を行い、新しい分野へ進出する。そして社員の働き方も改善する。将来を見据えた英断があったからこそ、誰も予想できなかったコロナ禍もこうして生き抜いているのです。

創業時から変わらず守る「家庭の味」

ニッショクの始まりは、街の小さなお弁当屋さんでした。両親が営んでいた店を二本木さんが引き継いだのは、31歳の時のこと。新卒で入社した大手企業を退職し、東京から松本にUターンする思い切った決断でした。

「子どもの頃の記憶にある両親は、毎日働きづめでした。そんな大変な仕事、自分にはとてもできないと一度は就職したのですが、父の病気がきっかけで色々と思うところがあって。事業のベースを作ってくれた両親には、感謝しています」

食品製造の国際的な安全管理手法「HACCP」認証を取得。外部機関による害虫モニタリングも導入

2004年に法人設立し、代表取締役に就任。それまでは地域密着型の商売でしたが、二本木さんは商圏を拡大すべく、北信や東信にも積極的に営業を展開します。「お弁当ひとつから配達します」を謳い文句に、赤字覚悟で飛び回る日々。その努力が実り、今では長野市と諏訪市に支店を構え、松本市の本社工場も移転拡大。従業員数122名を数える企業へと成長しました。

それでも今なお、お弁当屋さん時代から変わらないものがあります。

「私たちが目指すのは〝お母さんの味〟です。外食や買ったお弁当は毎日食べると飽きてしまいますが、家庭の味は不思議と飽きませんよね。そんな味をお客様にお届けしたいと思っています。材料は地元産にこだわっていて、お米は100%白馬の契約農家のものを使い、野菜もできるだけ地場のものを選んでいます」

おいしくて栄養のバランスがよく、安心・安全の食事を届ける。先代からの基本を守りながら、時代に合わせて事業を拡大しています。現在進んでいるのが、全国のスーパーに冷凍弁当を出荷する計画。惣菜と違って食材ロスを防げるうえ、店舗の労働力の節約に貢献する冷凍弁当は、スーパーに革命を起こすかもしれません。

「全国展開するには高い品質が求められます。今は事業主が求める味のレベルをクリアすべく、試行錯誤していますね。今後世界の情勢が落ち着いたら、冷凍技術を生かして輸出事業にもチャレンジしてみたい。メイドインジャパンの味を、世界に届けたいですね」

松本本社のセントラルキッチンで一括製造し、支店に配送することでコストを削減

有限会社ニッショク
創業｜平成16年（法人設立）
事業内容｜仕出し弁当製造販売
〒399-0005 長野県松本市野溝木工1-8-40
Tel 0263-25-5025　HP http://nisshoku.info