

# FLAG

2024 WINTER

—Topics—

## Corporation File

マルニ食品株式会社  
代表取締役社長 二階堂 玲子氏

## Point of Management

企業にとって有効な離職防止策とは  
～統計による離職の傾向分析と対策～

## 新みやぎの市町村レビュー

名取市

## 業界動向レポート

県内市町村の財政状況について

2024 I

# Corporation File

VOL.21

さまざまな課題に取り組む企業を、  
その過程や七十七グループとの  
関わりなどを交えながらご紹介します。  
今回はマルニ食品株式会社の  
二階堂社長にお話を伺いました。

NEXT >>>



# 百年先の子どもたちにもおいしいものを。 創業以来の想いを受け継ぐ、老舗食品会社の挑戦。

マルニ食品株式会社 代表取締役社長 二階堂 玲子氏



「当社では『マルニ地域資源ラボ』を設置し、東北でおいしいものを作る生産者や技術者とともに、これまでにない新しい食の価値を高める研究開発を行っています」と二階堂社長。2019年10月にはロゴを新調し、東北の食を未来につなぐ思いをますます強めた

「第45回ジャパン・フード・セレクション」で金賞を受賞した「飯田商店監修 しょうゆらぁ麺」。食品としての安全性への配慮とおいしさが評価され、ラーメンとして初の受賞となった

## 時代に合わせて変化する 事業形態と 変わらない想い

**創**業138年。登米市を拠点に代々、麺作りを行ってきたマルニ食品株式会社。その歴史は、1885(明治18)年に創業者の二階堂文左衛門が麺茶屋を開業し、村を行き交う人たちに地元産の原料を使ったうどんやそばを提供していた頃まで遡ります。麺茶屋とは、現代で言うところのカフェのような軽食屋のこと。5代目を継いだ二階堂社長は、「地元の食材でおいしいものを作りたいとの想いから開業したと聞いています」と話してくれました。

2代目の時代には、地元農家が持ち込んだ穀物でうどんを作る加工事業がスタートしたといいます。第二次世界大戦の頃に飲食業を含む全ての事業を一時中断しましたが、シベリア出兵から戻った3代目はその後、高度経済成長期に全国各地で次々とオープンしたスー

パーや小売店向けに、焼きそばなどの袋麺をはじめとする商品を開発・販売。1960(昭和35)年にはそのための製造工場を設置しました。これが、現在の同社の礎となっています。

創業者の想いを大切に受け継ぎながらも、代替わりするごとに新しい事業に挑戦し続けています。

## 飲食店事業の再開。 地域のお客さまとの 共存のために

**時**代とともに、取引先は農家・地域住民から、スーパーや小売店、食堂、ドライブインなどの事業者に変化していきました。「初代が始めた飲食店事業は第二次世界大戦時の事業中断以降、閉めたままだったので、気付けば日々向き合うお客さまの中に地域住民の方がいない状況になっていました。当社では代々、「100年先の子どもたちにも食べてもらえる商品づくり」をミッションに掲げ、お客さまとの共

存を大事にしてきましたが、実際に食べてくれるお客さまの顔を見ることができないということは“共存”も難しいということ。4代目以降はそこに課題を感じたそうです」と二階堂社長は振り返ります。

そこで、東日本大震災後は原点に立ち返り、地域住民の生活の身近なところにもう一度自分たちの店を構えることを決意。それが2011年に誕生した直営レストラン「麺や 文左」です。地元子どもたちが親や親戚と一緒に店を訪れ「自分たちが住む地域にはこんなおいしいものがあるんだ」ということを知るきっかけになり、おいしさの記憶を、世代を超えて受け継いでいくことで、地域の未来創生につなげたいという思いがあったといいます。

「文左は、会社として利益を出すことが目的のお店ではありません。私たちが作る麺や地域の食材を提供しながら、社員一人ひとりがこの地域のためにどうあるべきなのかを考え、向き合うための場所として位置づけています」。

## 主力事業の転換、フリーズドライ業界への参入を目指して

コンビニ調理麺事業から撤退。これからもおいしいものを作り続けるために

長 年、同社の売上の大半を占めていたのがコンビニ向けの調理麺事業です。しかしクオリティに応じた適切な価格を維持できないこと、「地域に根ざしたおいしいものを作り続けるために新しいステップに踏み出さなければならない」との思いから、2023年9月にコンビニの調理麺事業からの撤退を実施。地産地消の一つの取組みとして、地元の食材を使った惣菜部門の強化に踏み切りました。これまで文左で培った視点を生かし、同社が得意とするラーメンとの相性が高い餃子などの点心系惣菜の試験的な製造に着手し始めています。二階堂社長によれば、2024年春から本格的な営業活動を開始する予定だといいます。

また、同社の看板商品ともいえる、全国各地の有名ラーメン店の味を再現した「監修麺」を活用した商品開発も計画中です。

### 放射光を活用した東北大学との共同研究によりフリーズドライに挑戦

二階堂社長が現在、特に注力しているのがフリーズドライ麺の開発です。「フリーズドライ製法といえば味噌汁やスープ類が多いのですが、麺類をおいしいフリーズドライとして商品化すれば大きな注目が集まり、新たな販売戦略を立てることができる」と、二階堂社長はその理由を語ります。

その契機は思いがけず訪れました。「東北経済連合会の紹介で、次世代放射光施設『ナノテラス』の理事の方と話す機会がありました。放射光を使った実験でよりおいしい麺の開発につなげ

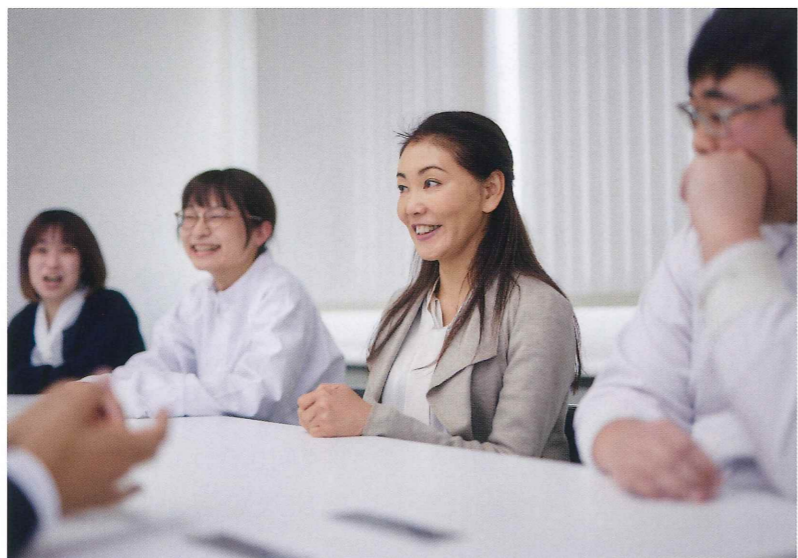
られるかもしれないと言っていたとき、共同研究への道へつながったのです」。

“放射光”というと医療や新素材の開発に使われるもので、麺作りとは関係のないものと思っていたという二階堂社長。理事の協力のもと、2023年10月、放射光を活用したトライアルユースの受託候補者として正式に採用が決定しました。「研究に食の分野で携わることにおもしろさを感じている」と、期待感を膨らませています。

一方、フリーズドライ麺の開発に時間がかかることを見越した二階堂社長は、並行して冷凍惣菜の強化を進めています。自社ブランド「Maruni Frozen」を立ち上げ、2024年2月に東京で行われる展示会で同社初の冷凍麺がお披露目予定。「どちらも大事なのはマーケットリサーチ。お客様の感想や意見をその後の開発に生かし、オリジナル冷凍麺をラインアップしていきたいと思っています」。



商品開発にあたって若手のアイデアや発想も大事にしている二階堂社長。いつでも社員の声を聞くことができるよう、これまで使っていた「社長室」ではなく、社員と同じオフィスに自分のデスクを置いている



## 時代・社会の変化に対応した人材づくり

人材づくりも大事なミッション。個性に合わせた教育を

同 社の経営理念のキーワードは「人材づくり」「感動づくり」「地域づくり」。二階堂社長はこの「人材づくり」に対する考え方も変わりつつあるといいます。「これまではおいしい麺を、多く作る事が重要でした。でも今後、フリーズドライ麺の製造を始めとする新技術を導入したときに求められるのは、企画力・アイデア力を持った人材だと確信しています」と二階堂社長。働いている人たちの意識改革のため、決められた時間内での目標を達成するかを重視するようになったそうです。「人により得手不得手があります。やりたいことも人それぞれ。知識・技術を一律に教えるのも大事ですが、まずはそうした

個性を尊重し、個々に合わせた対応ができる環境を整えていかなければならないと感じています」。それが難しいことでもあると付け加えた二階堂社長ですが、社員たちとの和気あいあいとした雰囲気、その萌芽を感じる事ができました。

### 七十七グループに支えられ地方創生事業を展開できる感謝の思い

七 十七グループとの関係は長く、さまざまな側面でサポートを受けることもあり、地域を元気づけたいという共通の思いを持っていると二階堂社長は強調します。「銀行は企業を成長させ、地域に経済の流れを生み出してくれます。私たち企業は、東北の地方創生を掲げ、社会のために活動を続けています。銀行との関係はまさに“協業”といえるもの。銀行のお

かげで事業ができ、未来をつくることのできるのだという感謝の思いを常に持ち続け、社員にも共有していきたいと思っています」。

近年、同社では海外への販路拡大も視野に入れ、さまざまな調査活動を行っています。「新規開拓予定のシンガポールでは七十七銀行の支援を受けながらマーケットリサーチを進めているところ」という二階堂社長。価格面や製造環境、保存期間、現地の食文化との相性など課題が多く、どのような商品が売れるか、売れないのかを慎重に見極めることも必要になっています。成功の鍵を握るのは、フリーズドライ麺や冷凍麺の技術。開発を進めながら、海外でも受け入れられる麺作りなど、新たな事業展開に意欲を燃やしています。また、「77R&Cには多方面からご協力、ご支援をいただけるようなパートナーとなれたら素晴らしいと思います」ともお話いただきました。



2004年に稼働を開始した本社オフィスと南方工場(上)。正面入り口にはこれまで手掛けてきた監修麺や自社製品が多数展示されており(下)、商品の一部は敷地内にある直売所で販売している



七十七銀行 佐沼支店兼米谷支店 リーダー 佐々木 祐輔

マル二食品様は、明治時代に創業して以降、製麺業を通じて、子どもから高齢者、そして次世代へといった生涯にわたる食の営みの循環(食育)を広めるなど、生きる上での基本である「食文化」を支えていらっしゃいます。また、日々研究開発を重ねられ、保存期間を伸ばす「長鮮度技術」の開発にも他社に先駆けて成功。生麺でありながら長期間の保管(100日超)も可能になるなど、確かな技術力があり、業界でも一目置かれる存在です。培ってきた歴史と経験を生かしながら、現在新たな事業にもチャレンジしておられる同社に対し、更なるご発展のため、七十七グループとして引き続きご支援させていただければと考えております。