

新たな挑戦と日々の工夫が生み出す「味」と「バリエーション」

事業内容

玉子焼きやオムレツをはじめとした、卵を主原料とする料理の企画から開発、製造、販売。主に業務用冷凍製品を手掛けている。玉子料理の冷凍商品のシェアは国内トップクラスで、商品は全国各地の学校や会社、病院等の給食や、デパートやスーパーの総菜売り場、外食店などに使われている。

特許登録番号と内容

特許公開 2004-081049	だし巻きおよびその製造方法および製造装置
特許公開 2004-016555	目玉焼き器およびこれを備えた目玉焼き製造ライン
特許公開平 10-117734	玉子焼き食品およびその製造方法
商標登録第 4860128 号	酪農コロッケ
商標登録第 4966821 号	レアメンチン

他、商標登録 6 件 (2012 年 3 月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長 宮崎勇二さん

卵に入った小さなヒビが新しい事業のきっかけに

国内の玉子料理の冷凍分野でシェア、ラインアップともにトップクラスのすぐる食品株式会社。その商品は、厚焼き玉子、オムレツ、カニ玉、茶碗蒸し、かつ丼や親子丼の具などのほか、お好み焼きやコロッケ、グラタンなど、人気メニューが勢ぞろい。全国各地の学校や会社等の給食、飲食店、弁当店、総菜売り場で広く採用されている。宮崎勇二代表取締役は「弊社の名はご存知なくても、商品はどこかで食べていただいているかもしれませんね」と話す。

同社が玉子料理を手掛けるようになったのは、ひびが入った卵がきっかけだった。創業者であり現社長の父、豪(すぐる)氏は昭和 35 年に鶏卵卸問屋「遠州屋」を設立。事業は順調に軌道に乗ったものの、ときどき卵が破損してしまうという悩みがあった。殻が割れたものは売り物にならない。しかし少しヒビが入った程度のもを捨てるのは忍びない。事業規模の拡大に比例し、この問題も大きくなっていった。「考えた末、加工することにしました。まず店先でオムレツを焼いて販売したところ、意外に好評。次第にこちらが主流になり、加工業に転身しました」と宮崎代表。社名も変え、1969 年に「すぐる食品」を立ち上げた。

売り上げは好調で、手作りでは間に合わなくなり、機

械化を図った。「当時は玉子焼き器なんてありませんから、創業者は鉄工所と相談しながら作っていきました。たぶん日本初の玉子焼き器でしょう」と宮崎代表。

画期的な発明であるこの機械は話題になり、多くの人が見学に来た。しかし大らかな時代のことであり、日々の業務に追われていたので、特許は取得しなかったという。

試行錯誤で冷凍化に成功し取引先を全国に拡大

宮崎代表は、「大量生産ができるようになると学校給食を皮切りに、個人向けから業務用に力を入れるようになりました」と話す。現在も学校給食は、売り上げの 40% を占める主軸だ。

業務用に着手すると、また課題が生まれた。日持ちしない玉子焼きはストックができないので、注文数に変更が出たとき対応が難しいのだ。この解決策として、今度は“冷凍”に挑戦。とはいえ、冷凍も当時は技術が発達していない。「弊社で冷凍庫の機能すらよくわかっていませんでした。まさに 0 からの出発です」と宮崎代表。

しかし冷凍についてはわからなくても、玉子料理で培ってきたノウハウがある。それを頼りに、毎日試行錯誤を繰り返した。当時の同社のスタッフは、創業者夫妻と二人の従業員のみ。全員が一丸となり、ついに完成に

COMPANY DATA

所在地：東京都目黒区緑ヶ丘 2-7-7 電話番号：03-3718-6331
URL：http://www.suguru.co.jp/ 設立年月：1969 年 2 月 16 日
資本金：9,900 万円 (平成 24 年 3 月現在) 売上高：24 億 3,000 万円 (平成 24 年 3 月期) 従業員数：190 人 (平成 24 年 3 月現在)



小さめサイズの「元氣一杯オムレツ」。色とりどりの具材入りで見た目も楽しく、食欲をそそる

たどり着いた。

「業務用食品は、短時間で大量調理できることが大切。冷凍品はそれにピッタリなので、普及が早かったですね。冷凍すれば、作りたての味を全国に届けられるのも魅力です」と宮崎代表。

顧客と時代のニーズに合わせて常にバリエーションを拡大

冷凍品が軌道に乗ってからも、日常業務の中から課題を見つけ、改善していった同社。顧客の要望に丁寧に応えていくことも、アイデアやノウハウの蓄積、そしてヒット商品につながっている。これは味や調理法だけのことではない。たとえば“焼印”入りの厚焼き玉子。“おめでとう”“メリークリスマス”といったメッセージや、PR のために市町村やイベント等のキャラクターを入れた玉子焼きで、学校給食を中心にニーズが高まっている。焼印は作るのに時間もコストもかかり、一度作ると修正や変更が難しいが、宮崎代表は「弊社はレーザーを使っているので、コンピュータ操作で絵や文字の大きさもデザインも自在。変更や少数多種類にも対応しやすいのも魅力です」と食品にプラス α の発想で、手応えを感じている。

顧客やスタッフの生の声から商品を作り、育てていく

地域ごとに味を変えるなど顧客の要望に細かく応え、その過程で多くの知財を生み出している同社。社内でも全部署を対象にしたアイデアの募集も実施。宮崎代表は「ここから優



スペイン風の変わりオムレツ「アンチョウエッグ」。ケーキカットにしてある

焼調理用のオムレツ「トマトオムレツ」。ふっくら焼き上げた玉子の中にトマトソースを入れた



これだけの技術と商品を開発実績があるのに、特許取得は 3 件のみ。その理由について宮崎社長は「食品分野の特許は、ちょっとアレンジしただけでも取ることは可能。そのリスクを考えると、特許取得より、社内でノウハウを蓄えるほうが大切です」と説明する。

ただし、例外もある。その一つが「だし巻の製造方法と製造装置」。伊達巻のようなギザギザ付きのだし巻玉子を作る仕組みだ。冷凍品は真空パックで保存するが、その際すのこで巻いただけでは圧迫されて平らになってしまう。「あれこれ試した結果、最初からこの形で焼き上げることを思いつきました。割れたり焼きむらが出ないように、最適なギザギザの角度や深さを見つけるのが難しかったですね」宮崎代表。これは特に思い入れが強い上、すぐアレンジできるものではないので、特許取得をしたという。

玉子料理は、みんなに愛される家庭の味。今後も多くの人に喜ばれる商品の開発するために、宮崎代表は「日々の積み重ねから生まれるアイデアに加え、工業製品など他分野からも発想を得ていきたいですね」と笑顔を見せる。

知的財産活用のポイント

れたヒントが見つかることも多々あります。アイデアがアイデアを生むのです。自分たちで考えたものが具現化し、全国の方に食べてもらうのはこの仕事ならではの喜び。本人と会社の誇りです。