



Advancing to the Future

Go! 60th
ANNIVERSARY

中村産業株式会社 60年史

Advancing to the Future

Go! 60th
ANNIVERSARY



NASCO Corporation

NASCO株式会社

〒271-0092 千葉県松戸市松戸2302-9 TEL:047-366-0123

URL:<http://www.nasco-jp.com>



中村産業株式会社

中村産業株式会社 60年史

President's Message

先を見据え、さらに前へ、もっと前へ進んでいきます

中村産業株式会社は、1960年2月の設立以来、2020年2月をもって設立60周年を迎えます。

当社が今日ありますのは、ひとえに、お取引先様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様による、長年のご指導・ご支援の賜物です。この場をお借りし、深く感謝申し上げます。

また、創立以来、熱意を持ち続け当社の発展を導かれた諸先輩方や、社業に貢献されてきた全ての従業員各位に対し、改めて御礼申し上げます。

この60年を振り返ると、当社の歴史は、高度経済成長期頃から始まった、食を取り巻く環境の変化

とともに歩んできたと言えます。ちょうどスーパーマーケットが日本国内において台頭し始めた時期に誕生した当社は、食品の購入スタイルが変化していくことをいち早く見据え、欧州から食品加工機械や包装機などを輸入しました。国内ニーズに合わせたアイデアを加えて販売し、アフターメンテナンスはもちろん、製造工程での問題などをお客様とともに解決していく事業を開始したのです。

以降、ファミリーレストランやコンビニエンスストアの登場、中食市場の拡大といった様々な変化を事前に捉え、「前進」という企業理念のもと、創立

より一貫して、誰もやっていないことに挑戦し続けてまいりました。これらが実現できたのも、一流の仕入れ先様のご協力を得るとともに、「新しい機械、うちの会社が注文するよ」といった、お得意先様の後押しがあったからこそだと、感慨深く思っております。

そして60周年を迎える今、社名を変更するとともに、さらなる発展に向けた一歩を踏み出すため、「先を見据え、さらに前へ、もっと前へ進んで行く」という誓いを込め、60周年記念のスローガン「Advancing to the Future」を掲げました。またこ

の度、60年の長きにわたりご支援を賜った皆様に感謝の意を込めて、本誌『中村産業株式会社 60年史』を発行致します。

当社60年の蓄積と現在の事業、及び今後の事業活動について是非ともご高覧いただき、今後とも一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 中村 剛太郎

Gotaro Nakamura



企業理念
Corporate Philosophy

前進

経営理念
Management Philosophy

新しい波 新しい風
新しいアイデア
をもって前進する

機械設備の ライフサイクル全体をサポート

当社の事業は機械設備や包装資材の販売にとどまりません。

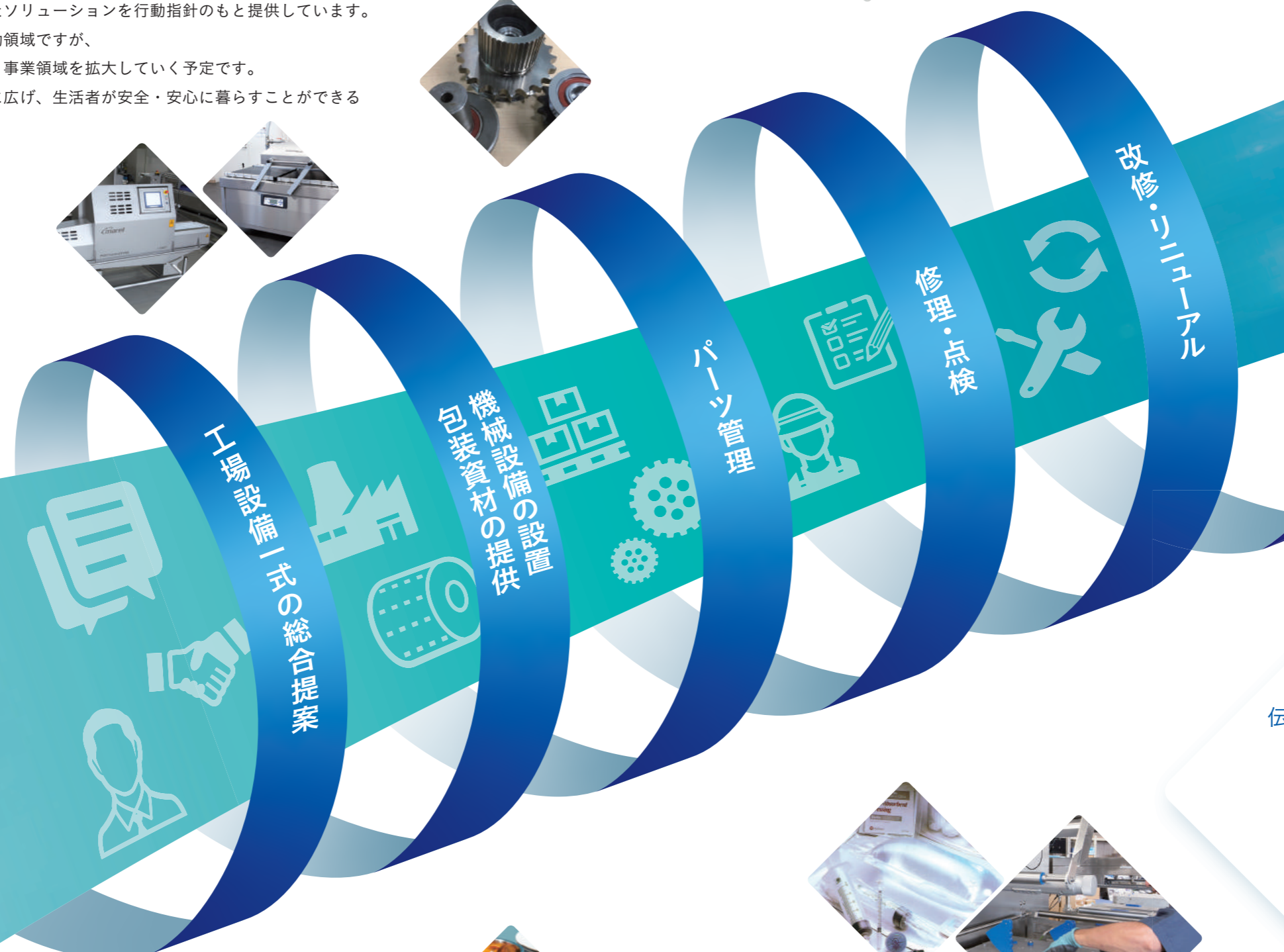
創立より培ってきたノウハウやネットワークによって実現する

工場設備一式の総合的な提案から、アフターサービス、パーツ管理などに至るまで、
設備のライフサイクル全体を見据えたソリューションを行動指針のもと提供しています。

現在は食品業界や医療業界が主な活動領域ですが、

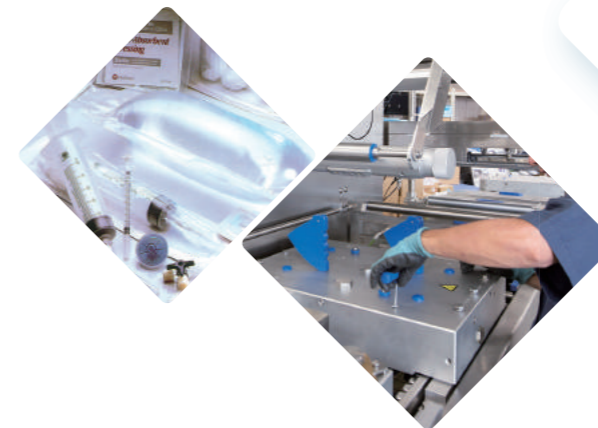
今後は、積極的に他業界へも進出し、事業領域を拡大していく予定です。

これからも当社は、事業の幅をさらに広げ、生活者が安全・安心に暮らすことができる
社会の実現を目指してまいります。



行動指針

- 伝統を尊重しつつ新しい取り組みをする
- 未来を見据えた提案をする
- 新たな方法を構築する
- 中小企業の機動力を生かす
- 環境に優しい企業作りをする
- ハートのある取り組みをする



さらに、先へ、進む。

中村産業株式会社 60年の軌跡

高度成長期頃から、日本における食の環境が変化していく中、
当社は創立時より一貫して、誰もやったことがないことに挑戦し、

日本人の食生活を支えてきました。

「中村産業と組めば、未来につながる新しい挑戦ができる」という

評価を受け続けてきた、60年の軌跡を振り返ります。

創立期

食をめぐる変化の兆しを捉え 食品機械の輸入事業に着手

中村達彦が、東京都墨田区向島に中村産業株式会社を創立したのが1958年1月1日、設立は60年2月24日のことである。達彦の父・磯吉が営む、化学品卸会社・中村磯吉商店の事務所の1室を借りてのスタートだった。

薬剤師の資格を持つ達彦は、以前、食品関連の輸入販売を手掛ける兵庫県神戸市の商社に勤務し、食品添加物の検査業務に携わっていた。その会社が食品機械の輸入業務を開始したことにヒントを得て、これからは日本でも食品機械に関する需要が高まるのではないかと判断。出身地の墨田区向島に戻り、会社を興したのだ。

当時の日本は、高度経済成長が始まった頃。人々の生活も敗戦直後の苦境期を脱し、食を取り巻く環境にも変化が生じつつあった。57年頃から、白黒テレビや洗濯機とともに「三種の神器」と呼ばれるようになった電気冷蔵庫は、65年には普及率が約50%に達した。またその頃急成長を遂げていたのが、低価格とセルフサービスを特徴としたスーパーマーケットだった。56年時点では、全国で約100店にすぎなかったが、59年には約1,000店にまで伸長した。

スーパーマーケットでは、商品を大量に流通させるシステムを整えるために、例えば、それまではまるごと1本売っていた魚を切り身にして、パックで売るといった販売方法を展開。食品に関する一種の包装革命が起きようとしていた。

一方、冷蔵庫の普及によって、人々は簡単に火を通すだけで調理ができる、加工食品を保存しておくことができるようになった。



創立時頃の海外視察の様子



創立時頃の中村達彦(右から3番目)



海外から届いた食品加工機械を組み立てる、設立時頃のメンバー

今後、市民の食品の購入スタイルが、一般小売店からスーパーマーケットを中心としたものへと変わり、また加工食品が普及していくとすれば、食品メーカーはそれに応えるために、食品加工機械や包装機などの設備を整えることが不可欠になってくる。達彦が食品機械に着目したのは、この時期まさに起ころうとしていた消費や食をめぐる環境の変化を、いち早くビジネスチャンスとして捉えたことによるものだった。

達彦は当初、最先端の食品機械を探しにアメリカを訪れたが、求める製品に巡り会うことができなかった。そこで次に渡欧したところ、ドイツの食品機械業界最大手のステファン社との間で、取引開始の合意を結ぶことに成功。62年のことだった。以降ミキサーやカッター、混合機、粉碎機、乳化機といった食品加工機械をステファン社から輸入し、日本企業への販売を手掛けるようになる。

食品加工機械に限らず、当時ヨーロッパのメーカーから製品を輸入していたのは大手総合商社が中心だったが、ステファン社では、取り扱い製品を食品加工機械に特化し、顧客に対して手厚いサービスを行うことができる専門商社を求めている。これが、両社が成約に至ることができた一番の要因だった。まだ創立間もない当社が、最先端かつ最高品質の製品を製造しているステファン社と契約を結べたこと

は、専門商社としてのブランド力を高める上で、大いにプラスとなった。

1960年代

食品加工機械、包装機、包装資材が事業の3本柱に

当社では、ステファン社のミキサーの導入を、ハム会社はもちろん、かまぼこを製造している水産加工会社に対しても提案した。従来かまぼこの製造に用いられてきた搗潰機よりも、ミキサーのほうがより材料を均一かつスピーディーに混ぜ合わせることが可能だったのだ。

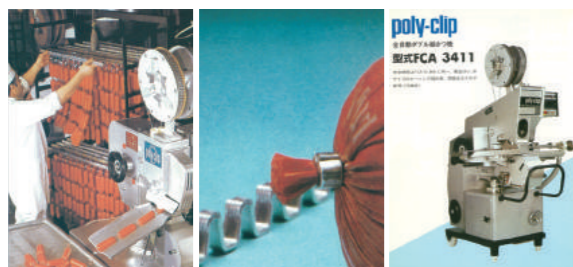
この提案が受け入れられたことにより、早くも、ハム業界と水産加工業界を2大取引先として得ることができた。そしてこれらの業界の成長とともに、当社も成長を遂げていくことになる。62年には千葉県松戸市上矢切に工場兼倉庫を設置。また64年には、東京都中央区日本橋室町に本社を移転した。

そして同年、ドイツのポリクリップ社とも取引を開始し、包装機や結紮機の輸入も手掛け始めた。これまで日本のハム会社は糸で結紮を行っていたが、ポリクリップ社の結紮機が導入されたことで、クリップによる結紮が可能になった。またドイツのハントマン社とも契約を結び、充填機についても取り扱いを開始。こうして当社は食品加工機械に加え、包装機の方野にも進出することになった。

さらに食品を包装するためには、包装資材が必要となるが、当社は日本国内の大手メーカーと連携してこれを開発。包装機の顧客に対して包装資材の販売も開始した。



ステファン社の食品加工機械



ポリクリップ社の結紮機

ここまで見てきたことから分るように、当社では創立期から、日本国内ではまだどの企業も取り扱ってない機械であったとしても、優れていると判断すれば果敢に取り入れてきた。また、かまぼこ製造を行っている水産加工会社に対してミキサーの活用を提案したように、海外の最先端の機械を、日本の食品業界の状況に合わせてどのように活用すれば効果的かを常に考え、顧客に提案してきた。こうした姿勢が顧客から「中村産業と組めば、未来につながる新しい挑戦ができる」と評価され、信頼関係が構築されていった。

また食品加工機械、包装機、包装資材をセットで販売することで、顧客に対して原料処理から包装に至るまでの提案を、トータルに行える体制を早い段階で整えた。

例えば顧客先において、包装の工程で何か問題が生じたとする。包装機しか扱っていない企業であれば、包装機の改善や交換を提案するしかない。しかし当社の場合は、加工の段階にまで遡って問題の原因を探り、「加工の方法をこう工夫すれば、包装の問題は解決できる」といったように、全体の工程を見渡した上で、顧客に解決策を提示することが可能になった。

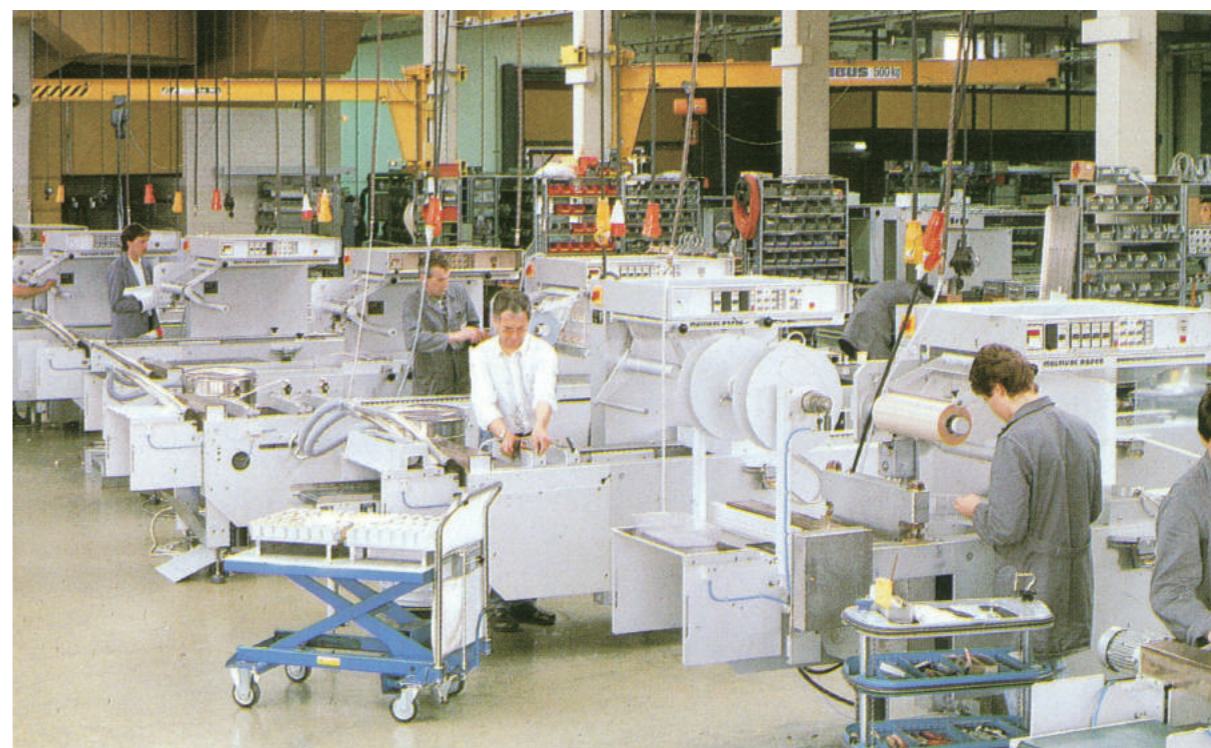
このように当社は、海外の最先端の機械を顧客に納入したらそれで終わりではなく、アフターメンテナンスはもちろんのこと、製造工程で生じた問題を顧客と一緒に解決していくという姿勢を創立期から重視してきた。また1つの機械を長期間にわたり顧客に使っていただけるよう、交換用の部品を常に海外から補充し、ストックに注力してきた。こうしたことも、当社が顧客から厚い信頼を得ることにつながっている。

1970年代

食品衛生への意識が高まる中 深絞り真空包装機を導入

食品の購入スタイルを変えたスーパーマーケットは、60年代を通して成長を続け、68年には売上高で百貨店を上回るようになった。特に伸長著しかったのが総合スーパーで、これらの企業は大型化とともに多店舗化を進めていった。

総合スーパーの店舗網が広がる中で、食品会社に課されたのは、衛生面に配慮した安心・安全な食品を、日持ちのする形で全国の流通網に乗せて小売店



ムルチバック社の深絞り真空包装機製造風景

に提供することだった。

当社はこうした状況に対応するために、70年にドイツのムルチバック社と契約を結び、深絞り真空包装機の輸入を開始した。真空包装技術を用いれば、細菌やカビなどの発生を防止し、小売店や消費者が求める食の安心・安全を実現できるからだ。同時に当社は、イギリスのサーン社から、スライスラインの各種機械を導入した。

これまでハムの販売は、ハム会社が小売店に納めた原木を、店頭でスライスして消費者に提供するのが一般的だった。しかしハム会社が真空包装機、及びスライスラインを導入してからは、あらかじめ工場ですライスと真空包装を行った商品を、小売店に納品するスタイルが主流になった。真空包装技術は、小売店の店頭の風景を一変させることになった。



スライスライン用の機械(イギリスのサーン社)

一方で当社は、71年には千葉県松戸市松戸に、松戸支店としてセンタービルを建設。このビルは、サービス工場、トレーニングセンター、ショールーム、技術センター、開発室、パーツセンターなどの設備を備えたものだった。

このうち特記しておきたいのが、技術センターで

ある。当時、食品加工機械や包装機の製造技術は、国産よりもドイツを中心としたヨーロッパのほうが一日の長があり、これらの機械を使いこなす技術についても、現地の職人は高い能力を有していた。そこで当社は、ドイツからハム製造のマイスターを講師として招聘。当社と取引のあるハム会社の担当者を招き、最新の機械を用いたおいしいハムづくりや、効率的な製造方法について、マイスターにレクチャーをしてもらう講習会を数回にわたり開催した。この講習会の開催の場として活用したのが、技術センターだった。こうした取り組みを行ったのは、顧客に対して機械を納入するとともに、その効果的な活用法についての情報提供もする必要があると考えてのことだった。

なお当社は、73年には仙台営業所、77年には大



1971年に千葉県松戸市に建設したセンタービルの外観

阪支店を開設した。仙台は水産加工を中心とした食品加工業が盛んな地域であり、大口の取引先が複数社あったため、さらなる関係の強化を図るための進出だった。

大阪については、大手ハム会社の多くが関西に本社や工場を構えており、顧客からの問い合わせや要望に対してすぐに応じる体制を強化するため、この地に支店を構えることにしたのだ。

ちなみに当社は、取り引き当初から2000年にかけて各メーカーの極東代理店も務めていた。韓国と台湾にスタッフを派遣し、現地の食品加工会社に機械を納品していた。その後、当社の韓国と台湾における代理店の権利は、1990～2000年頃、現地代理店に譲渡したために消滅した。

**1970年代末
1990年代頭**
**食の環境に新たな変化が生じ
納入先や使用用途が広がる**

70年代後半から80年代にかけては、食を取り巻く環境にまた新たな変化が現れた。その1つがファミリーレストランの興隆である。

ファミリーレストランは70年代前半に店舗が相次いで登場。そして70年代後半以降、一気に店舗数が拡大した。この業態の大きな特徴は、セントラルキッチンでほぼ完成した状態にまで調理を行った上で、真空パックしたものを各店舗に配送。各店舗の厨房で、加熱などを行い盛りつけをすれば、すぐに来店客に料理を提供できるという仕組みを採用していることである。

セントラルキッチンでは大量の調理・加工・包装作業が発生するため、食品加工機械や包装機、包装資材などが必要となる。そのためこの頃から、ファミリーレストランも大切な顧客になっていった。

一方、食品加工会社との取り引きにおいては、当社が納入している食品加工機械や包装機の利用用途が、ハムやソーセージ、かまぼこだけではなく、ハ



包装機で包装された医療品

ンバーグやミートボール、チョコレートやプロセスチーズ、そして各種レトルト食品、冷凍食品、チルド食品など、この時期に多様な食品へと広がりを見せていった。これは電子レンジの普及などもあり、加工食品が日本人の食生活に完全に欠かせないものになってきたことを意味していた。

さらに当社は、この頃から、現在も続く大手医薬品メーカーへの包装機や包装資材の納入を開始した。医療器具や衛生材料の包装は、食品以上に厳密な管理が求められる。医療業界からの発注が得られていることは、当社が扱っている包装機や包装資材が高い評価を受けていることの証左と言える。

また高い要求水準をクリアすることが求められる医療業界への納入に関わっていることは、当社にとって技術的な知見を高める上での貴重な機会となっている。そこで得られた知見やノウハウは、当然食品業界の顧客に対して、様々なソリューションを提案する際にも生かされているのだ。

これらのように、食品加工機械や包装機、包装資材の納入先や使用用途が広がる中で、70年代末から80年代にかけても、業績は順調に推移。そこで当社は、積極的な事業拡大を図っていった。

83年には、仙台営業所を仙台支店に昇格。84年には自社ビルとして仙台支店ビル（nasco-Iビル）を完成させた。さらに89年には同じ仙台に、製品を展示するショールームの役割を担った仙台支店ビル（nasco-IIビル）を建設。また東京では、86年に中央区築地に東京支店を開設した。築地を選んだのは、このエリアに大切な顧客である、水産加工会社が集中していたことが背景にあった。

そして90年には松戸支店のセンタービルを全面改築し、翌91年には倉庫や機械の組立工場、パーツセンター、トレーニングセンターを稼働させ始めた。また同年、仙台支店に機械の組立工場、パーツセンターを併設した。

しかし前途洋々と思われていた当社の未来に、やがて暗雲が立ちこめることになる。90年代頭のバブル経済崩壊の影響が、当社の経営にじわりとのしかかってくるようになったからだ。

1990年代
**バブル景気の崩壊とともに
財務面での悪化を招く**

昭和から平成へと改元された89年、12月29日に



大阪市北区に移転した大阪支店



仙台市若林区に移転した仙台支店外観

行われた大納会において、東京証券取引所の平均株価が史上最高値の3万8,915円（終値）を記録した。多くの人たちは、この好景気がまだしばらく続くと思っていたが、このときが頂点だった。

90年3月、日本銀行は公定歩合の引き上げを89年から引き続き行い、大蔵省（現・財務省）は地価高騰対策として、不動産融資の総量規制を通達し翌月に実施。同年10月には、東京証券取引所の平均株価が2万円を割り、その後、不動産価格も下落に転じるなど、バブル経済は崩壊していった。



設立時頃からの得意先に納品する風景

不動産価格の下落などにもとない、それまで積極的な不動産融資をしていた金融機関が不良債権を抱えるようになると、取引先への貸し渋りや貸し剥がしが行われるようになった。このうち貸し剥がしとは、融資先企業に対して、融資した資金の期限前返済や追加担保を迫るものである。

これらの影響を当社も受け、財務面での悪化に直面。完成して間もない2つの仙台支店のビルを手放し、賃貸に切り換えるという決断をせざるを得なくなった。仙台支店を仙台市青葉区本町から仙台市若林区伊在字白山前に移転。同様に大阪支店も、大阪市北区梅田にあった自社ビルを売却。大阪市北区大淀中の賃貸ビルに移転した。また中央区築地にあった東京支店については閉鎖した。

そして2000年には、中央区日本橋室町にあった本社を、千葉県松戸市松戸にある松戸センタービルに移転した。以後この地が、現在に至るまで当社の本社となっている。

こうした相次ぐ本社・支店ビルの売却・移転は、財務面での対策という理由以外に、本社機能や支店機能の実効性を高める狙いもあった。当社が扱っている機械や資材は、主に食品・水産加工関連会社の工場に納入されることになる。これらの工場の多くは大都市圏の郊外や地方にあるため、実は当社が都心にオフィスビルを構える実利はさほど大きくはなかった。それでもまだ当社の知名度が低かった設立当時は、都心の一等地に本社や支店を置くことは、

ブランド力の向上につながるというメリットがあった。しかし90年代頭の段階には、既に業界における認知度は十分に得られていたため、言わば「名を捨てて実を取る」ことを選択。以降、事業所は製品輸送の利便性が高い、高速道路のインターチェンジ近くや空港近くに構えるようになった。

バブル崩壊の影響は、顧客である食品業界にも当然及んだ。食品会社は以前と比べると、新たな設備投資に対して慎重になっていた。しかし、「食」は人々の日常生活に欠かせないものであるため、他業界と比べればその影響はまだ軽微と言えたかもしれない。事実、当社の食品業界との取引額自体は、バブル崩壊後も大きな変化はなかった。

また90年代は、食の世界において「中食市場」が拡大していった時代でもあった。背景にはこの時期に、女性の社会進出や単独世帯の増加が進んだことがある。調理にかける時間などを減らすため、弁当店やデパ地下などで調理済みの食品を購入し、自宅に持ち帰って食べるという中食文化が、日本人の生活に浸透していった。

中食市場の拡大により、持ち帰り弁当のチェーン店の中には、セントラルキッチンの実現を図る企業があった。こうした企業が新たな顧客に加わったことは、バブル崩壊後も、当社が一定の売上を維持することができた要因の1つとなった。

このように当社にとっては、バブル崩壊による景気後退そのものよりも、財務面での悪化のほうが、はるかに深刻な問題だった。90年代を通して、この問題への対処に奔走することになった。

2000
年代

「守り」から「攻め」に転換し 再び成長曲線を描き始める

バブル崩壊後の日本は、後に「失われた20年」と呼ばれることになる、長期にわたる経済低迷が続



包装資材の協力会社を訪問する中村達彦(写真中央)



創業者とともに「攻めの経営」を始める頃の専務取締役の中村剛太郎(写真上)と常務取締役の中村秀宗

いた。食品業界も例外ではなく、生産現場のコストカットが求められるようになっていた。

生産現場においては、導入した機械をいかに最適な形に組み合わせて、生産工程の効率化を図っていくかが重要になる。これまで多くの食品会社では、そのための専門の担当者を配置していたが、コスト削減の動きの中で、次第にその役割を、機械を納入した商社などにアウトソーシングする傾向が強くなってきた。そこで2004年、顧客に対して最適な生産ラインの設計・改善を提案する部署として、システムエンジニアリング部を開設した。

これにより長らく食品加工機械、包装機、包装資材を3本柱としてきた当社の事業に、システムエンジニアリングという新たな事業が加わった。ちなみに現在の当社の売上比率は、食品加工機械が約25%、包装機が約25%、包装資材が約40%、システムエンジニアリング及びアフターサービスが約10%となっている。

そして当社は、06年頃から、バブル崩壊による財務面の改善を第一に置いた「守りの経営」から、積極的に売上の拡大を目指していく、「攻めの経営」へと転じるようになる。不動産処理に関してある程度目途が立ち、借入金と売上のバランスや、今後の成長を考慮した場合に、このタイミングで、売上拡大に向けた経営戦略へと舵を切ることが最適だと考



マレル社のポーションカッター

えたのだ。

06年、当社は魚肉・食肉加工機械分野で世界トップクラスの、アイスランドのマレル社と取り引きを開始した。以後当社は、ポーションカッターやグレーダー、バッチャー、X線小骨検出機など、多岐にわたるマレル社の製品を扱うようになった。中でも食品加工会社やセントラルキッチンからのニーズが高かったのが、大量の肉などを正確な分量で小分けしていくことが可能なポーションカッターだった。マレル社との提携に成功したことは、売上拡大に大いにプラスとなった。

また06年には、業務用洗浄剤の製造・販売を手掛けている、日本のライオンハイジーン株式会社との取り引きを、07年には、機械部品の洗浄機の製造・販売を行っている、アメリカのサニマチック社との取り引きを開始した。この時期、食品業界の衛生管理に関する社会的関心が高まっており、その点当社であれば、納入した機械の特性を踏まえた上で、衛生管理のための適切な洗浄機や洗浄剤の提案を顧客に行うことが可能だ。そこでこの2社と提携することで、衛生管理に関するアフターサービスの充実を図ることとしたのである。

さらにこの頃、ガス混合器や分析計などを製造しているドイツのウィット社、パレットコンテナの製造会社であるアイスランドのボルガプラス社、グリル機器の製造を手掛けるスウェーデンのフォームクック社とも取り引きを開始していった。

当社は、これらのように取扱機械の品目やサービスの種類を増やした上で、さらなる顧客開拓のために新たなアプローチを試みることにした。

当社の主要顧客は食品加工会社を中心としたメーカーであり、従来は営業活動もメーカーに対して行っていた。だがこの頃からメーカーに加えて、大手総合スーパー（GMS）にも営業アプローチをかけ始

めたのである。GMSは、競合との差別化を図るために、プライベートブランド（PB商品）の充実を力注いでいた。そこで当社からGMSに対して、PB商品を提案。一方でGMSとの取り引きを希望している食品加工会社に対して、「当社の機械を導入すれば、このGMSのPB商品の生産が可能となり、取り引きができるようになる」といった形で機械の導入を働きかけるという、新たな営業体系をつくっていった。

こうした積極経営により、バブル崩壊以降横ばいが続いていた売上は、再び成長曲線を描くようになった。当社はようやくバブル崩壊の後遺症から脱することができた。

しかし07年1月、当社の創業者であり、長年経営の舵を取ってきた中村達彦が死去。これまで社長とともに先陣を切り経営を行ってきた、取締役副社長の中村剛太郎が代表取締役社長に就任し、財政面悪化の回復に尽力した、常務取締役の中村秀宗が専務取締役に就任。さらなる成長に向け前進すべく、経営の舵を取っていくことになった。

2010
年代

時代の変化を見据えながら アライアンスを積極的に展開

売上拡大に向けた経営戦略を推し進める中、11年3月11日、マグニチュード9.0の東日本大震災が発生。当社の大切な顧客であり、同地に工場を構え



東日本大震災で被害を受けた当社仙台支店



シールパック社の包装機 (RE25)



深絞り真空包装機で包装された製品

る水産加工会社も、津波によって甚大な被害を受けていた。そこで剛太郎の指示のもと、地震発生直後から本社スタッフを被災地に派遣。当社の仙台支店も被災する中、顧客の工場を一軒一軒訪問し、機械の修理を行っていった。

実はこの頃、当社自身が経営の岐路に立っている時期でもあった。長年、包装機を購入してきたドイツのマルチパック社との契約を解除し、同じくドイツのシールパック社と取引を開始するための準備を進めていたからだ。当時マルチパック社は、世界各国の代理店の買収を進めていたが、その方針は、完全独立を志向する当社の姿勢とは合わないものだった。とはいえ、包装機分野の最大手であるマルチパック社との契約を終了させることは、大きな挑戦だった。

そのような中、当社からシールパック社の包装機を最初に購入していただいたのが、津波によって被害を受け、機械を買い換える必要が生じた大手水産加工会社だった。同社への納入が弾みとなり、シールパック社の製品は、当初から順調な売上を確保することができた。



KGヴェッター社の食品加工機械 (バキュームボールカッター)

以降、食品加工機械においてはマレル社製品が、包装機においてはシールパック社製品が当社の主力取扱製品となった。ただしこの2社ではカバーできない機械や技術もあったため、食品加工機械ではドイツのレオンハート社やKGヴェッター社、マヤ社、オーストリアのレックス社、包装機や包装技術関連では、オーストリアのスーパーパック社やオランダのナーバー社、日本のエア・リキード工業ガス株式会社なども次々に取り引きを開始した。

また11年には、日本の包装機業界のリーディングカンパニーである、大森機械工業株式会社とのアライアンスも実現した。当社はこれまで、海外企業から最先端の機械を導入し顧客に納入してきたが、大森機械工業との提携が成立したことで、国内製であるか海外製であるかを問わず、顧客のニーズにマッチする優れた機械を提案できるようになった。

10年代に入ると、日本社会の生産年齢人口（15～64歳）の減少が進む中、多くの企業は、生産現場のさらなる効率化や省人化に取り組むようになっていった。

そこで13年に、NECファシリティーズ株式会社との間でアライアンスを締結。NECファシリティーズは建物や設備構築において、当社は食品工場におけるシステムエンジニアリングのプロフェッショナルである。この両社が組むことで、食品会社が工場を新設・増設する際に、生産工程の効率化に資する最適な施設・設備・生産ラインの提案を、ワンストップで行うことを目指したものだ。

さらに14年からは、セイコーインスツル株式会社ともアライアンスを組んでいる。これは、セイコーインスツルが腕時計製造で培った組み立てなどの自動化の技術と、食品機械における当社の知見を掛け合わせることで、食品工場の自動化を推し進めていくための技術を開発しようとするものである。

一方、10年代半ばからコンビニエンスストア（コンビニ）に対しても新たなアプローチを開始した。消費者の中食志向は10年代に入ってからも拡大の一途をたどっており、調理済みの惣菜類などはコンビニにおいても主力商品となってい



MAP包装された製品

る。そこで当社が大手コンビニ会社に提案したのが、MAP包装で惣菜を販売することだった。MAP包装とは、パッケージの中の空気を二酸化炭素や窒素といった、食品の保存に適したガスに置換した上で包装する方法のことである。鮮度が長持ちするため、フードロスの改善にも貢献できる。また消費者にとっては、スタンディングパウチによる包装と違い、容器のまま電子レンジで温め、シールを剥がせばすぐに食べられるというメリットがある。当社の提案を受けて、大手コンビニ会社では、まずチルド惣菜をMAP包装することから始め、調理済みの肉や魚、おかず、冷凍食品へと徐々に品目を増やしていった。

しかし、MAP包装の用途は惣菜に限られているわけではなく、魚、肉、野菜の生鮮3品や花卉類にも用いることが可能だ。野菜や花卉の場合、呼吸量を低く抑えながら、呼吸速度に合わせてパッケージの中の酸素の量を調整することが、鮮度を長持ちさせるためのカギとなる。

そこで当社は、17年に、青果物の呼吸速度の測定機器や呼吸制御システムを開発している、オランダのパフォーテック社と取引を開始した。今後生鮮3品や花卉類にMAP包装を用いることが国内でも一般化すれば、当社はさらなる事業の拡大のチャンスを得ることになる。

現在
未来

次なる時代に一步踏み出すため 60周年を機に社名を変更

06年時点では約20億円だった当社の売上は、現在では約55億円に達している。また社員数も約30名から約60名へと倍増した。こうした中で当社は、10年代に入ってから、再び事業所の拡充を図ってきた。13年には大阪支店を豊中市蛸池西町に移転。14年には大分県国東市に九州（大分）営業所を開設し、17年には仙台支店を仙台市若林区伊在に移転した。このうち仙台支店については、当社が扱っている製品を展示するショールームを併設している。



設立60周年を迎え、さらなる飛躍を遂げるために前進し続ける当社役員と従業員一同

また18年には福岡市博多区吉塚に福岡支店、岩手県盛岡市大沢川原に盛岡営業所を開設した。

一方、会社の規模が拡大する中で、16年にはコーポレートガバナンスの強化を目的に、執行役員制度を導入した。

そして20年2月の設立60周年を機に、中村産業株式会社からNASCO株式会社へと社名変更する予定である。既に海外の取引先には、当社の名称はNASCOで浸透している。また今後は営業活動を国内にとどめることなく、中国や東南アジア市場への進出も視野に入れている。事業の国際化をも見据えた上で、次の時代に向けて新たな一步を踏み出すために、社名を刷新することにした。

これまで当社は、時代の変化を先取りした新たな提案を行っていくことで、顧客から高い信頼を勝ち得てきた。今後も「企業理念」に掲げている「前進」、「経営理念」に掲げている「新しい波 新しい風 新しいアイデアをもって前進する」という姿勢を大切にしつつ、さらなる飛躍を遂げていきたいと考えている。

現在の主な取扱商品

食品加工機械



ポーションカッター

レボポーションナー

スマートライングレーダー



UMシリーズカッター UM-200E型



MCシリーズマイクロカット MC型



ポーションコントロール
ミートスライジングシステム



KGヴェッター



バキュームボールカッター

包装機



Forming innovations

シールバック



ブリスター包装機
(深絞り真空ガス置換包装機)



オートマチックトレーシーラー



スーパーバック



ベルトマシン



ダブルチャンバー

計測機械



ウィット



ガス分析計

包装資材

MAP包装



深絞り包装

未来の技術を先行し 食品・医療業界へ生かすネットワーク

国内事業所一覧

当社は、お客様のニーズにタイムリーにお応えするだけでなく、顕在化されていない食品・医療業界のウォンツを捉えて的確にご提案すべく、国内5つの拠点にてカバーしています。工場ライン導入のご提案から稼働までのエンジニアリング、そしてメンテナンスサービスまで技術専門スタッフに安心してお任せいただけます。

大阪支店 大阪府豊中市

近畿、中国、四国などを担当エリアとする大阪支店は、1977年に開設しました。関西に拠点を構えることで、西日本のお客様の要望に、すぐに応じることが可能です。



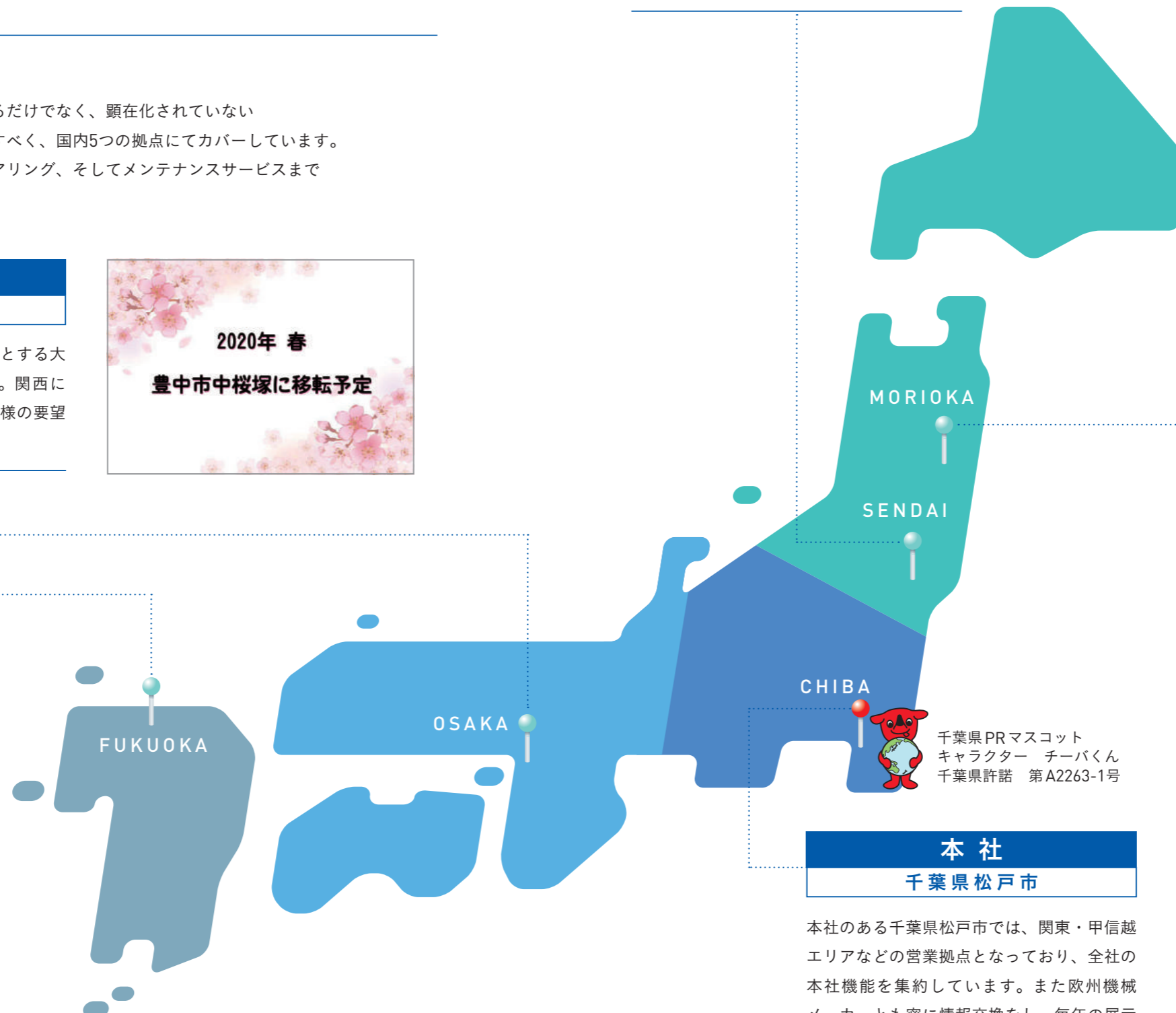
福岡支店 福岡県福岡市

西日本有数の大都市、福岡。福岡支店は2018年に開設し、九州地域から南を担当エリアとしています。



仙台支店 宮城県仙台市

東北地方最大の都市、仙台。1983年（営業所は1973年）に開設した仙台支店は、北海道から東北にかけての幅広いエリアを担当しています。併設したショールームでは、実機をご覧くださいことも可能です。



MORIOKA

SENDAI

CHIBA



千葉県PRマスコット
キャラクター チーバくん
千葉県許諾 第A2263-1号

本社 千葉県松戸市

本社のある千葉県松戸市では、関東・甲信越エリアなどの営業拠点となっており、全社の本社機能を集約しています。また欧州機械メーカーとも密に情報交換をし、毎年の展示会への出展準備も本社が担当しています。

盛岡営業所 岩手県盛岡市



History

社会の出来事



松戸センタービルで実施した、
マルチバック社の技師による機械の操作説明会



松戸センタービルで行われた、
ドイツの技術者によるセミナー風景

1958 1960 1962 1964 1966

東京都
墨田区で
創立



東京都
墨田区で
設立

ステファン社
(ドイツ)と
取引開始

ポリクリップ社
(ドイツ)と
取引開始

ハントマン社(ドイツ)
と取引開始

1973 第1次石油危機

1971 ファーストフー
ド店が登場

1974 地価上昇率が史上最高に

1970頃 ファミリーレストランやコン
ビニエンスストアが登場

1979 第2次石油危機

1970 1971 1973 1977

中村産業株式会社の出来事



仙台営業所
開設

大阪支店
開設

千葉県
松戸市に
センタービル
建設

設立10年を迎える
マルチバック社(ドイツ)と
取引開始

1989 平成に改元、消費税スタート(3%)、東京証券取引所の平均株価が史上最高値に(3万8,915円 終値)

1987 ニューヨーク株式市場で大暴落(暗黒の月曜日)

1982 500円硬貨発行

1985 ブラザ合意

1986 男女雇用機会均等法施行

1980 1983 1984 1986 1989

設立20年を
迎える

仙台営業所
が支店に
昇格

仙台支店ビル
(nasco-Iビル)
完成

東京支店
(築地)開設

仙台支店ビル
(nasco-IIビル)
完成



海外の食品工場の風景(創立時頃)



社会の出来事

- 1990 東京証券取引所の平均株価が2万円を割る(バブル経済崩壊の兆し)
- 1993 欧州連合(EU)発足
- 1995 阪神・淡路大震災
- 1996 病原性大腸菌O157集団食中毒が発生
- 1997 消費税の税率を3%から5%に引き上げ、金融機関の破綻が続く
- 1999 日銀が短期金融市場の金利をゼロに

1990 1991

設立30年を迎える
松戸センタービルを改築
松戸センタービル新倉庫を建設

2000 2004 2005 2006 2007 2008

- 2000 乳製品で集団食中毒発生
- 2001 BSE(狂牛病)感染牛を国内で初発見、米で同時多発テロ
- 2002 欧州連合(EU)の共通通貨ユーロ流通開始
- 2004 国内で鳥インフルエンザ確認
- 2007 食品偽装事件が相次ぐ
- 2008 リーマン・ブラザーズが経営破綻(リーマン・ショック)

中村産業株式会社の出来事

設立40年を迎える
システムエンジニアリング部を開設

ウィット社(ドイツ)と取引開始

副社長の中村剛太郎が代表取締役社長に就任
サンマチック社(アメリカ)と取引開始
ボルガプラスチック社(アイスランド)と取引開始
ライオンハイジーン株式会社と取引開始
マレル社(アイスランド)と取引開始



マレル社(アイスランド)

フォームクック社(スウェーデン)と取引開始



シールパック社(ドイツ)

2010 2011

設立50年を迎える
大森機械工業株式会社とアライアンス開始
シールパック社(ドイツ)と取引開始

- 2011 東日本大震災
- 2012 生の牛レバーの提供が禁止に
- 2013 2020年オリンピック・パラリンピックの開催が東京に決定、メニュー偽装問題が発生
- 2014 消費税の税率を5%から8%に引き上げ
- 2016 マイナス金利政策開始
- 2019 令和に改元
- 2019 消費税の税率を8%から10%に引き上げ

2013 2014 2015 2016 2017 2018

九州(大分)営業所開設
レオンハード社(ドイツ)と取引開始
レックス社(オーストリア)と取引開始
ナーバー社(オランダ)と取引開始
セイコーインスツル株式会社と取引開始

大阪支店移転
NECファシリティーズ株式会社とアライアンス開始
スーパーバック社(オーストリア)と取引開始

執行役員制度導入

福岡支店開設
盛岡営業所開設
マヤ社(ドイツ)と取引開始

仙台支店移転
パーフォテック社(オランダ)と取引開始

2020

設立60年を迎える



2019年に実施した展示会の様子



中村産業株式会社の4つの事業

機械事業

- 包装機・食品加工機、及び周辺機器の販売
- 省人化や省力化、衛生、安全を管理した販売
- ニーズに応じた機械の提案

システムエンジニアリング事業

- 新規設備の導入に際し、ライン化をお手伝い

アフターサービス事業

- 10万個を超えるスペアパーツのストック
- 迅速・確実なメンテナンス

包材事業

- 深絞り及びブリスター包装の資材販売
- 印刷フィルムの販売
- トレーの販売
- 三方袋の販売

数字で見る中村産業株式会社

売上高

55.8億円

(2019年2月現在)

売上構成比

食品加工機械	25%	包装機	25%
包装資材	40%	システムエンジニア &アフターサービス	10%

取り扱い製品数



∞

世界最高品質の製品をご提案致します

取引先企業数

1,000社

(2020年1月1日現在)

会社概要

社名 中村産業株式会社
 英文社名 NASCO Corp.
 本社 〒271-0092
 千葉県松戸市松戸2302-9
 TEL:047-366-0123 / FAX:047-365-7717

支店・営業所
 仙台支店 〒984-0038
 宮城県仙台市若林区伊在2-1-1
 TEL:022-390-6780 / FAX:022-390-6782

大阪支店 〒561-0881
 大阪府豊中市中桜塚2-10-12
 TEL:06-6335-7733 / FAX:06-6335-7744

福岡支店 〒812-0041
 福岡県福岡市博多区吉塚8-1-14 パンリバース6-4
 TEL:092-409-2340 / FAX:092-409-2341

盛岡営業所 〒020-0025
 岩手県盛岡市大沢川原3-1-16 SKTビル3階

設立 1960年2月
 資本金 9,000万円
 売上高 55億8,000万円(2019年2月 税抜)
 従業員数 58名

役員	代表取締役社長	中村 剛太郎
	専務取締役	中村 秀宗
	取締役	中村 孝子
執行役員	常務執行役員 営業本部長	末次 正
	常務執行役員 技術本部長	五百木 一彰
	執行役員 システムエンジニアリング部長	小山 修三
	執行役員 技術部長	大高 一浩
	執行役員 営業部長	西村 淳

主要仕入先

[海外]
 マレル
 シールバック
 ステファン
 スーパーバック
 レックス

[国内]
 大日本印刷株式会社
 凸版印刷株式会社
 ベスパック株式会社
 株式会社カナオカ
 四国化工株式会社
 株式会社兼松 K GK
 吉村化成株式会社
 セイコーインスツル株式会社
 日本エア・リキード合同会社
 住友ベークライト株式会社
 三菱ケミカル株式会社
 アンリツインフィニス株式会社
 補助工業株式会社
 日本ブッシュ株式会社
 NEC ファシリティーズ株式会社
 ライオンハイジーン株式会社
 大森機械工業株式会社
 株式会社エフビコ



企業ロゴの変遷、60年の歩み

企業の顔ともいえるロゴ。1960年の設立より会社の成長とともに刷新、変更してまいりました。その変遷をご紹介します。



社名変更と 60周年記念スローガンのご紹介

60周年を機に当社は「中村産業株式会社」から「NASCO株式会社」へと社名を変更いたします。既に海外事業ではNASCOで浸透しており、今後のさらなる事業の国際化をも見据えた上で、次の時代に向けて、新たな一歩を踏み出すために、社名を刷新することにしました。また、「先を見据え、さらに前へ、もっと前へ進んで行く」という誓いを込めて、60周年記念スローガンとして「Advancing to the Future」を掲げました。ここに新しくなった社名「NASCO株式会社」の企業ロゴと、60周年記念スローガン「Advancing to the Future」の記念ロゴをご紹介します。



社名「NASCO株式会社」の企業ロゴ

Advancing to the Future



60周年記念スローガン「Advancing to the Future」の記念ロゴ

中村産業株式会社 60年史

編纂 星 健太(管理部)
土屋 麻依(営業部)

編集協力 株式会社DNPコミュニケーションデザイン
株式会社青丹社

印刷 大日本印刷株式会社

発行日 2020年1月1日

発行 中村産業株式会社
〒271-0092
千葉県松戸市松戸2302-9
TEL:047-366-0123
URL: <http://www.nasco-jp.com>