事業領域

当社は、ソフトクリームの総合メーカーとして、ソフトクリーム関連食品・資材の製造・販売を中心に、ソフトクリームフリーザーの製造・販売、および関連製品の開発・製造・販売・レンタル事業などを幅広く行っています。食品だけでなく、関連する機械そのものを自社製造することで、総合的な視点での商品開発に取り組んでおります。また、業務用から家庭用まで幅広い製品ラインナップを展開し、食の安心と楽しさを提供しています。



ソフトクリームミックス



ソフトクリームミックス・シェークミックス・冷凍ホイップクリームなどの製造・販売を行っています。豊富なラインナップを取り揃え、業界NO.1の国内シェアを誇ります。

フリーザー

ソフトクリーム用のフリーザー機械を自社生産しています（国内シェア率75%※）。ソフトクリーム用の機械本体からソフトクリームミックスまでを一貫して製造することで、当社ならではの商品開発を行っています。

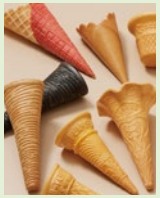


カップ充填機レンタル



アイスクリーム・乳製品用のカップ充填機のレンタルを行っています。導入後の技術的なアドバイスから衛生管理・メンテナンスまでトータルサポートを行っています。

コーン



ソフトクリーム・アイスクリーム用コーンの製造・販売を行っています。1950年代に国内初の国産コーンを製造し、現在も国内シェアは75%※を占めています。

フルーツプレパレーション

多種多様な果実を指定されたサイズにカットし、均一な形・品質に調整・殺菌したフルーツプレパレーションを、ヨーグルト・アイスクリームなど多用途に利用できる生産資材として各メーカーへ供給しています。



その他

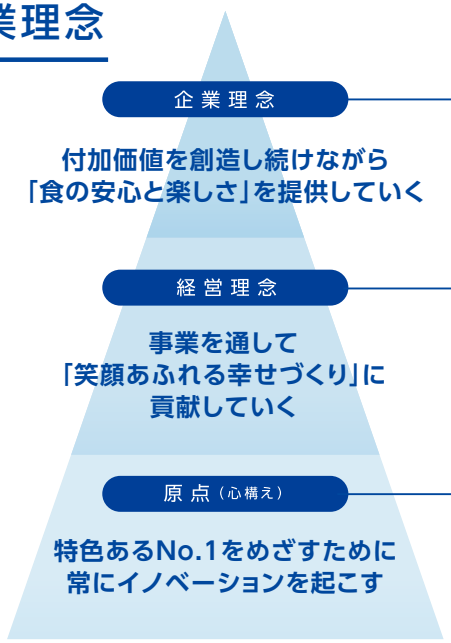
各部門の専門技術を活かし、シェークミックスやデコレーションアイテム、ホイップクリーム、さらには市販商品など、多様な商品を取り揃えています。



※出典：「2024年度ソフトクリーム市場調査」株式会社富士経済

社会や事業環境が激しく変化するなかにおいても、私たちが揺るぎなく大切にしている価値観、それが「企業理念」と「行動指針」です。
私たち一人ひとりがこの理念と指針を日々の業務の中で体現し、課題解決に真摯に向き合うことで、社会への価値創造と持続可能な未来の実現に貢献してまいります。

企業理念



企業理念

企業理念は、「私たちは何者か」という最も重要な価値観を表します。創業以来培ってきた技術やノウハウをさらに向上させて、常に新しい価値を生み出し、社会のみなさまに安心とわくわくをお届けすることを約束します。

経営理念

経営理念は、「社会に対して何を貢献していくか」という、社会的な存在意義を表します。社会のみなさまに事業を通して、日々のちょっとした嬉しさや幸せをお届けすることを約束します。

原点（心構え）

原点は、NISSEIの理念の土台であり、従業員全員の心構えとなる考え方です。常に現状の打破や新しい分野の開拓に挑戦し、特色あるNo.1をめざしていきます。

行動指針

NISSEI WAY

1 **人を大切にする**
NISSEIで働く全ての人同士がお互いを尊敬・尊重し合おう。

2 **未知に挑む**
急速な社会変化に対応し、常に新しい価値を創造していくために、スピーディに行動しよう。

3 **世界を知る**
将来を見据えて大きな視野で、何が大切か見極める力を身につけよう。

4 **顧客に応える**
しっかりと顧客の話を聞き、顧客が気づかない、または諦めてしまっている課題を解決しよう。

価値創造プロセス



外部環境リスクと機会

- 日本人口減少
- 人件費高騰
- 人財確保難
- 健康意識、環境配慮

各種投入資本

- 財務資本
- 製造資本
- 知的資本
  （無菌ミックス技術）
- 人的資本
- 社会・関係資本
  （大口顧客との取引基盤）
- 自然資本

ステークホルダー

- 顧客
- 従業員とその家族
- 取引先とサプライヤー
- 社会

ビジネスモデル

ソフトクリームビジネスモデルを軸とした3事業

- ソフトクリーム事業
  （ミックス・コーン・フリーザーの三位一体提供＋保守・販促）



- フルーツ加工事業



- 生産資材事業



- カップ充填機レンタル
- その他新規事業



アウトプット

- ソフトクリーム総合サービスの更なる向上と充実
- 付加価値の高いフルーツ加工品・飲料素材
- モナカ等の高シェア生産資材
- 他の関連する美味しい商品の提供

アウトカム

お客様
安全・安心・美味しさへの信頼感

従業員
成長、満足感の向上
エンゲージメントの向上

取引先様とサプライヤー様
安心・安全な取引

社会
環境負荷の低減
地域社会へのプラスの貢献

サプライチェーンの概要

原材料の調達から製品が消費者の手に届くまでの全プロセスにおいて、品質管理と環境配慮を徹底しています。また、サプライチェーン全体でのサステナビリティ向上を目指し取引先との協働を推進しています。



開発·マーケティング

常に新しい価値を創造するために、幅広いマーケティングを通じてお客様の多様なニーズを理解し、日々新製品の開発に力を尽くしています。

販 売

飲食店、小売店、特約店、食品メーカーなど、多様な販売チャネルを展開し、顧客ニーズに合わせた提案型営業と、アフターフォローの充実により、長期的な信頼関係を築いています。

物 流

全国の物流ネットワークを通じて、最適な配送システムを構築しています。CO_2排出量の削減のための効率的な物流体制の確立にも注力しています。



原材料調達

主原料である乳製品をはじめ、フルーツや砂糖などの原材料を国内外から調達しています。品質と安全性を最優先に、サプライヤーとの強固なパートナーシップを構築しています。

製 造

国内4工場(びわ湖、高槻、南アルプス、東松山)で、厳格な品質管理体制のもと製造を行っています。FSSC22000やISO9001などの国際認証を取得し、安全·安心な製品づくりに取り組んでいます。また、各工場で発生する廃棄物の削減·有効活用を推進しています。

SMETA監査を通じた責任あるサプライチェーンの推進

持続可能なサプライチェーン構築と人権尊重を強化するため、世界最大のプラットフォーム「Sedex」の会員となり、国際的監査手法「SMETA」を受審しています。グローバルな環境下で倫理的な調達や透明性が求められる中、当社は従来の品質管理に加え、「労働環境」「健康と安全」「環境」「ビジネス倫理」の4本柱で第三者評価を得ています。SMETA受審の目的は単なる適合証明ではなく、客観的な強み·課題の可視化と組織的な改善の加速です。特定された是正事項は、部門横断で是正計画(CAP)を策定し、着実に実行しています。このPDCAを回し続けるプロセスにより、一層働きやすく透明性の高い職場環境を醸成します。

※ 国内の自社食品工場 全3工場、および国内委託先工場 1工場

