1/18【火】
2022年（令和4年）第2321号
毎週火曜日発行

冷食タイムス
The Frozen Food Times

発行所　水産タイムズ社
（昭和45年7月9日第三種郵便物認可）
東京都港区芝5・9・6
電話（03）3456-1411（代表）
FAX（03）3456-1416
https://www.suisantimes.co.jp
年間購読料40,656円（税別36,960円）

選ばれつづける仕事。
日本最大の低温物流ネットワーク
ニチレイロジグループ
www.nichirei-logi.co.jp

ニチレイF
家庭用に「冷やし中華」レンジ調理で冷たく仕上がる

ニチレイフーズは今春、家庭用冷凍食品の目玉商品として「冷やし中華（360g）」を3月1日発売する。単身・少人数世帯の増加、在宅勤務の定着などで加速した「パーソナルユース需要」に応えた1人前規格。電子レンジ調理で冷たく仕上がる独自技術と製法（特許出願済み）を採用した。

今春の目玉「冷やし中華」

AMEMIYAさんが応援

「冷やし中華」は山形工場の新ラインで生産する。トレイ入り自家製麺の上にたれを2つ合わせると冷水を数個乗せた。電子レンジ調理後もマイクロ波の影響を受けにくい水が残れば、たれと一緒にまぜると冷たい状態の冷やし中華に仕上がる。具材は自家製煮豚、錦糸卵、オクラ、紅生姜、食べる直前にまぜる。

宮川浩幸執行役員家庭用事業部長によると、麺と水、たれを2つ合わせると冷たく仕上がるのか、一連の流れが特許技術に関わっている」と説明している。

4～5月に配荷が進み、梅雨明け後の7～8月に販売のピークを迎える夏場の限定商品に位置付けている。ただし、「好評であれば通年販売するかもしれない」（同）。

同社は1日、本社で「冷やし中華」の調理体験会を開いた。特別ゲストとして「冷やし中華はじめました」でおなじみの芸人AMEMIYAさんが駆けつけ、ニチレイ「冷やし中華」のために書き下ろしたオリジナルソングを披露して会場を沸かせた。

先行試食キャンペーン実施

「冷やし中華」が発売前に試食できるキャンペーンを14日スタートした。

同社の公式ツイッターアカウントをフォロー、リツイートして応募する。抽選で1千名に2個贈る。2日まで。

当選者の対象にしたWチャンスキャンペーンでは、抽選で2名に「Toffy電子レンジ」を贈る。ハッシュタグ「#冷やしの中華」をつけて、賞品の画像と感想をツイッターに投稿する。3月25日まで。

アセロラを冷凍果実に

ニチレイフーズは「ニチレイアセロラ」（100g）で、ブルーベリーを中心に需要が高まっている冷凍果実に挑戦する。原料はペルー産。種を取って甘味を引き出す。

ほかに、今川焼に「抹茶クリーム」と、「グリーンティー」と「ストロベリーチーズ」を追加する。「抹茶クリーム」は通年販売する。

ミルキット商品として「肉じゃが」と「豚バラと大根の煮物」を新発売する。具材とたれをセットし、材料と包丁を不要にした。調理時間は水を加えて鍋で10分程度。いずれも230g入りで、1～2人前。

食中出現率が低い小籠包に着目し、スープ溢れる絶品小籠包」を商品化した。後発ながら、専門店品質のスープで差別化した。4個入り120g。生産は協力工場の伊勢丸食品。

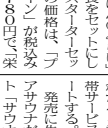
米飯は真っ黒な在目が特徴の中華醤油を使った「黒醤油炒飯」（430g、2月1日発売）と、天然真穴子を使ってぜいたな一品に仕上げた「焼あなごおにぎり」（4個320g）を新発売する。

今春の家庭用冷凍食品は新商品13品、リニューアル5品。一部を除き3月1日発売する。

ニチレイ
「ごはんのみらい」発売
糖質半減、食物繊維は10倍

ニチレイは独自技術で米を加工した新しい主食「ごはんのみらい」を22日発売する。通常の白米1食分と比べて糖質を50%カット、食物繊維を含む。米を通じて健康管理ができる新たな商品として提案する。

粉末状の米に、米由来のはんのみらい」を応用した高機能米に、ニチレイが培ってきた「おいしさの再現技術」、「栄養コントロール技術」を掛け合わせ、おいしさと栄養のバランスの両立に成功したと克亜社長）が樹脂コンパウンド事業で培ってきた技術を応用した高機能米に、ニチレイが培ってきた「おいしさの再現技術」、「栄養コントロール技術」を掛け合わせ、おいしさと栄養のバランスの両立に成功したという。


米を加工した新しい主食「ごはんのみらい」

1袋50g。プレーンと、亜鉛、鉄、カルシウム、葉酸、ビタミンCをそれぞれ加えた「栄養素十」が5種類、計6種類のラインナップ。

専用保温容器と「ごはんのみらい」7食分セットにしたスターターセットの価格は、プレーン」が税込み3780円で、「栄養素十」が3330円。22日開設する「ごはんのみらい」専用サイト（nmp.ajinomoto.co.jp/gohanmomirai）で購入できる。

管理栄養士に直接相談できる「栄養士相談サービス」や、自身に必要な栄養素がわかる「栄養診断」など付帯サービスで利用者をサポートする。

発売に先駆け、アウトドアサウナが楽しめるイベント「サウナタウン北沢」で、「ごはんのみらい」を使った特別メニューを7日から提供している。会場は小田急線下北沢駅（東京都世田谷区）から徒歩4分の「下北線路街　空き地」。

マンションで冷食販売
生活者のQOL高める

トップインタビュー

600㈱
代表取締役
久保 渓 氏

（くぼ・けい）米Carleton Collegeで政治科学と コンピュータ科学専攻。2010年fluxflex,inc創業。12年帰国、13年ウェブペイ創業、15年LINE傘下、LINEPay立ち上げに参画。17年6月に600創業。1985年、長崎市生まれ。

最先端の購買体験を提供する600㈱（東京都）は、マンション共用部で冷凍食品を購入できる無人のストア「Store 600FROZEN」を展開し始めた。狙いを聞いた。（橋本）

――起業家を志したのはなぜ？

久保　実熟と課題を解決するためです。人を不安で商品を購入できるようにしたい、それが創業のきっかけです。社会をよりよい方向に一歩でも前進させることに貢献したい、その延長線上で冷凍食品に関わるようになりました。冷凍食品のポテンシャルは非常に高いと考えています。

――「600」の意味は。

久保　品揃えが豊富ということです。現スペックは約600品目を品揃えできます。コンビニエンスストアの約5分の1の規模です。2018年6月からキャッシュレスのオフィス向けミニ無人コンビニ「600」を中心にサービス提供を始めました。そこで培ったノウハウや技術を基にパートナー企業と連携し取り組みを広げています。20年3月に不動産企業と資本業務提携し、マンション共用部で無人ストア「600」の展開を始めました。

――「600FROZEN」の展開は今年スタートした。

久保　コロナ以降、居住空間に滞在する時間が増えるとともに、マンション内の無人ストアに関心が高まりました。無人ストアでしっかりとした食事を購入したいと思の要望に応え、冷凍食品を品揃えしたスペックを提供し始めました。都内で昨年11月に実証試験したところ85%以上の利用者がマンション内で冷凍食品を購入できる価値を認めました。そこで本格展開に踏み切りました。ディベロッパーは「600FROZEN」に関心が高く、引き合いを数多くいただいています。

――実証実験で特に評価が高かった冷凍食品は？

久保　冷凍パンの引き合いが強く、しかも夕方以降に購入する方が多いことが分かりました。そのほかに惣菜、ワンプレート等を試しました。103SKUが2日で売り切れるなど想定を上回る売れ行きでした。実証実験したマンションはファミリー向けでしたが、今後、単身者向けにも広げます。良質な冷凍食品の提供により生活者のQOL（生活の質）を高めることに貢献します。

――棚割りや補充は誰が担う？

久保　当社MDチームが品揃えの最適化を図ります。冷凍食品を幅広く取り扱っていきます。補充は複数の物流パートナーと委託します。物流契約の営業倉庫がマザーセンターです。

おやつ等4ブランド投入
SLC　新規客獲得を推進

佐藤社長

SLCreationsの（佐藤社長）は全社合同のマネージャーミーティングをオンラインと一部会場参加も加え、12日開いた。佐藤社長が新年度の事業方針などを説明した。

佐藤社長はグループの事業環境として「コロナによるインバウンドの制限や、「婦人とのお家時間」、「シュガーレディの高齢化・フルタイム就労による離職者増加はインチだが、冷凍食品の地位が格段に向上したことはチャンス。中でも当社ZMENUが最も寄与したと分析。

今年の目標として①新規顧客の獲得②顧客満足の食い止めの2点を指摘。

新規客を獲得するため①Any Occ1ock②糖質コントロール食③ペットサプリ④販路を一般スーパー等にも広げる「YsMenu」（仮称）の4ブランドを投入する。このうちYsMenuについて佐藤社長はZSMENUの発売を契機に各地の百貨店や大手スーパー等から取り扱いの要望が相次いでいることを説明。

「SLCのスタンダード商品をスーパー等で販売すればシュガーレディの皆さんとの約束を破ることになる」。そこで品質を落とさず、取扱店の拡大につなげる新たなブランドを立ち上げ、全国の売場で展開し、自社の販売組織の利用に導きたいと説明。

顧客離脱を食い止めるため担当するシュガーレディがいなくなったら、支店がが販売の権利を買い取る考えも示した。4月に価格改定を行う。事業所向け一オフィスプレミアムフローズンは昨年末の336契約を今年は600契約と黒字転換を見込む。営業政策を鈴木博昭常務、商品政策は戸張貴取締役商品統括本部長が説明した。

業務用はハンバーグなどを改良

ニチレイフーズは今春の業務用冷凍食品で、定番品「RUGレイビーハンバーグ」は見た目には焦げ色を強くして模様感を出し、ラインナップは80～160gの4規格。個包装タイプでボイル、電子レンジ調理。

「點心春巻」の味付けには自家製上海オイスターソースを配合し、専門店の味に近づけた。

「カリッと美味しい！おさつスティック（北海道産蜂蜜使用）」を新発売する。独自製法で外側の飴をカリッとさせ、中の芋をふっくりした食感に仕上げた。

マルチ調理で人手不足にも対応

昨年10月の緊急事態宣言解除以降、飲食店では従業員の人手不足が課題になっていることから、マルチオペレーションに対応した商品で調理オペレーションの改善を図る。

「彩り野菜おさき揚げ50g」は揚げる、オーブン、電子レンジ、自然解凍に対応する。衣を薄くコーティングを活かした50g10個入り。コーン入り規格もある。

「（衣付き）桜海老と枝豆のおつまみ天」は油調する冷食、天ぷら粉が不要。オーブン調理では油が要らない。「（衣付き）かにのりんじょ天27」も衣付き。調理時間が短縮でき、油の使用量が抑えられる。

今春の業務用冷凍食品は新商品21品、リニューアル8品。3月1日か4月1日発売する。

製法を見直した「RUGレイビーハンバーグ」

目次

Fアワード特集　……2～3
☆2022年の業界占う……5
☆キユーピー前11月期決算……6

イート&　3～11月の冷食138億円

イートアンドホールディングスの第3四半期（3～11月）連結決算のうち、冷凍食品をメインとする食品事業の売上げは147億530万円で、営業利益が8億6100万円だった。決算期を3月から9月に変更したため前年比は公表していないが、主力弟の販売好調と生産性の向上も増収増益だった。

「大阪王将　羽根つき餃子」が好調を維持し、昨年転換し、グループ全体では2月発売した「羽根つきスタミナ肉餃子」がピットして売上げをけん引した。

昨年1月に稼働した関東第二工場（群馬）の新ラインに最新鮮設備を導入して生産性向上を図り、粗利益率を改善した。

冷凍餃子（焼き餃子・水餃子）の市場シェアは32・1%（2020年3～11月の数字）で、今期は34・2%（同）に上昇した。

外食事業は住宅地への出店などで増収、営業黒字に転換し、グループ全体では黒字を見込む。

売上高は外食事業の減少を冷凍事業で補いきれず、12日付で当初予想から12億200万円下方修正した。

が、食品事業での原価率改善、グループ全体での販管費抑制で営業利益を3千万円、経常利益を4億2千万円、当期純利益を3億8千万円、それぞれ上方修正した。

営業外収益に時短営業要請に係る新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金などの補助金収入3億170万円を計上した。

コロナ再拡大で新年会中止続々

新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴い賀詞交歓会中止を急きょ決めた業界関係団体が複数ある。

新規客を獲得するため①賢いおやつ」ANY Occ1ock②糖質コントロール食③ペットサプリ④販路を一般スーパー等にも広げる「YsMenu」（仮称）の4ブランドを投入する。このうちYsMenuについて佐藤社長はZSMENUの発売を契機に各地の百貨店や大手スーパー等から取り扱いの要望が相次いでいることを説明。

「SLCのスタンダード商品をスーパー等で販売すればシュガーレディの皆さんとの約束を破ることになる」。そこで品質を落とさず、取扱店の拡大につなげる新たなブランドを立ち上げ、全国の売場で展開し、自社の販売組織の利用に導きたいと説明。

顧客離脱を食い止めるため担当するシュガーレディがいなくなったら、支店がが販売の権利を買い取る考えも示した。4月に価格改定を行う。事業所向け一オフィスプレミアムフローズンは昨年末の336契約を今年は600契約と黒字転換を見込む。営業政策を鈴木博昭常務、商品政策は戸張貴取締役商品統括本部長が説明した。

17日時点で次の業界関係団体が賀詞交歓会中止を急きょ決めた。（順不同）

▽日本缶詰びん詰レトルト品協会▽日本給食サービス協会

このほか年末時点で日本冷蔵倉庫協会などが賀詞交歓会中止を決めていた。（5面に関連記事）

▽日本缶詰びん詰レトルト品協会▽全国給食事業協同組合連合会（2団体合同）

▽学校給食用食品メーカー協会▽全国給食事業協同組合連合会（2団体合同）

▽日本缶詰びん詰レトルト品協会▽日本給食サービス協会

つめたいから、
あたたかくなれる。

できたてのアツアツを凍結させたり。
食材を冷凍して長持ちさせたり。
氷が大好きなペンギンくんたちも
ビックリの凍らす力で、おいしさを生みだす。
それがニチレイの「冷力（れいりょく）」です。
ニチレイは、この「冷力」をつかって、
さまざまな事業を展開しています。
新しいアイデアで生みだした健康的なおいしさを、
日本最大の低温物流ネットワークで、今日もあなたの食卓へ。
これからもニチレイはおいしさを、
みんなのあたたかい笑顔につなげていきます。

ニチレイ
おいしい瞬間を
届けたい

https://www.nichirei.co.jp/