



2021年（令和3年）
7月15日（木）第8466号

女性が選ぶ冷凍ギョーザ、味の素冷凍等評価

園児とママの情報誌「あんふあん」、「ぎゅって」を発行する㈱こどもりびんぐ（東京都千代田区、中島一弘代表）は、「シルミル研究所」のリサーチ事業の一環として、女性が選ぶ「ウーマンリサーチ」で冷凍ギョーザを調査し、結果をまとめた。

それによれば、①利用率1位は味の素冷凍食品「ギョーザ」、②手軽さ満足度1位は日本生活協同組合連合会「コープ水・油いらずパリッと羽根つきの餃子」、③総合満足度1位はイトアンドフーズ「大阪王将羽根つき餃子」、④リピート率1位は味の素冷凍食品「しょうがギョーザ」となった。

どの調査項目でも味の素冷食とイトアンドの商品が高位に選ばれており、多くの女性に支持されていることがわかる。

調査は「シルミル研究所」が5～6月に、全国のWeb会員を対象に実施。990人の女性が回答した。

冷凍ギョーザを頻繁に（週1回以上）食べる人11.1%、たまに（月1～2回）食べる人42.5%。食べる場面は平日の夕食66.9%。冷凍餃子を選ぶ理由（複数回答）は、手軽91.0%、おいしい63.9%、安い35.9%と、積極支持が多い。

利用者の声は次の通り。

「味の素冷食ギョーザ」＝とにかく手軽、買って置いて良かったと思える（愛知40代）

「コープ羽根つきの餃子」＝フライパンに並べてフタして焼くだけできれいな羽根もでき、上手に焼ける（栃木50代）

「大阪王将羽根つき餃子」＝タレが付いているのが良い。手軽さで選んでいるのでタレを自作したくない（福島30代）

「味の素冷食しょうがギョーザ」＝ニンニクが入っていないので安心して食べられておいしい（大阪40代）

（2面に続く）

女性が選ぶ冷凍ギョーザランキング……………2
イト&HD、3～5月の冷食横ばい……………2
国分西日本、WEB展とリアル商談融合………2
MN、WILDishにガーリックめし追加……………3
QP「つぶしてつくろう」卵のタルタル……………3
前川、予兆診断できる「スマートチラー」…4
ロイヤルと双日、シンガポールに法人……………4

日給連、8月研修会中止、11月以降予定………4

業界人脈

(6205)

旭食品㈱

代表取締役副社長

たけうち ひろゆき
竹内 紘之氏

……………4

女性が選ぶ冷凍ギョーザランキング

（1面から続く）女性が選ぶ冷凍ギョーザに関する受賞ランキングは次の通り。

【女性が選ぶ冷凍餃子ギョーザ／利用率】

順	ブランド／商品
①	味の素冷凍食品「ギョーザ」
②	大阪王将「羽根つき餃子」
③	味の素冷凍食品「しょうがギョーザ」

【女性が選ぶ冷凍ギョーザ／手軽さ・満足度】

順	ブランド／商品
①	コープ「水・油いらずパリッと羽根つきの餃子」
②	大阪王将「羽根つき餃子」
③	イオン／トップバリュ「ギョーザ」

【女性が選ぶ冷凍ギョーザ／総合満足度】

順	ブランド／商品
①	大阪王将「羽根つき餃子」
②	味の素冷凍食品「しょうがギョーザ」
③	味の素冷凍食品「ギョーザ」

【女性が選ぶ冷凍ギョーザ／リピート率】

順	ブランド／商品
①	味の素冷凍食品「しょうがギョーザ」
②	味の素冷凍食品「ギョーザ」
③	大阪王将「羽根つき餃子」

イト&HD、3～5月の冷食横ばい

イトアンドホールディングスの第1四半期（3～5月）の連結決算のうち、冷凍食品をメインとする食品事業は2月下旬のテレビ番組への露出効果で3月以降の引き合いが「大阪王将 羽根つき餃子」を中心に非常に強かったが、工場の生産能力がほぼ上限に近づいたため売上高が44億700万円と前年同月比で横ばいだった。

決算期を変更したため前年同月比は公表していないが、昨年4～6月と今年3～5月を比較した場合、5.2%増となる。

食品事業の事業利益は3億2000万円。関東第二工場（群馬）に今年1月増設した新ラインに最新鋭設備を導入したことで生産性が向上したほか、内製化を進めて原価率の改善を図った。同社は冷凍食品を製造する関東第三工場の建設を決めており、今年12月に着工、来年10月の操業開始をめざしている。

外食事業の売上高は30億1600万円。昨年4～6月との比較では22.7%増と回復している。事業利益は3900万円だった。

通期では売上高317億200万円、営業利益8億円、経常利益10億8000万円、当期純利益3億9000万円を見込んでいる。食品事業におけ

る原価率の改善とグループ全体での販管費の抑制、新型コロナウイルス感染拡大防止協力金を補助金収入として計上したため13日付で経常利益を2億7900万円、当期純利益を1億9000万円、それぞれ上方修正した。

国分西日本、WEB展とリアル商談融合

国分西日本は「2021年国分西日本㈱秋季WEB提案会」を6日から開催している。8月31日まで。

コロナ禍で変わる生活者の意識・行動変化



下期予測など情報と提案が満載

を読み解き、消費動向やトレンドを予測した同社ならではの「機能提案」、「商品提案」を発信している。

①メーカー様ブース②ご挨拶③スペシャルブース④資料ダウンロード⑤提案ブース—の5つのコンテンツがあり、メーカーブースは加工食品・酒類・菓子・日配など約180社が秋冬提案と今年の新商品を提案している。

スペシャルブースの企画は2つ。第1弾の「MDイチオシ1品総選挙」は同社の商品担当者が厳選したイチオシの1品を熱く語り、参加者投票による総選挙を行っている。投票は7月20日まで。

第2弾の「メーカーイチオシ新製品100」は参加者投票による新商品人気ランキングを作成し、下期の商品政策に活用する。

提案ブースでは「身近な変化にチャンスを作る！」をテーマに、2021年下期予測や注目トレンドなど、25の提案を行っている。コロナ禍、生活者の意識から「伸長」、「定着」、「減速」の3つの変化を予測している。

ログインにはIDとパスワードが必要。

WEB展示会に来場した得意先小売業には、程国分の営業が個別フォローし、現物商品による商談を行う。

「WEBとリアルの融合を図りながら、アフターコロナの新しい提案を進める」(同社)。

MN、WILDishにガーリックめし追加

マルハニチロは市販用冷凍食品で人気のWILDishシリーズに「ガーリックめし」を加え、8月1日発売する。ガーリックが効いた、豚バラ肉入りの食べ応えのある炒飯。醤油の香りとコク、黒胡椒のあと引く辛さが食欲をそそる。夏向きの提案。



ガーリックめし

コンセプトが「この袋が皿になる!!」という同シリーズ、袋ごとレンジ加熱し、袋を皿代わりに食べられるのがポイント。1人前250g入り。大江工場(山形)で生産する。

これで同シリーズは米飯7品、麺2品。

ほたてめし発売、タンメンは譚氏監修

マルハニチロは市販用冷食新製品として具材たっぷりの米飯と、赤坂璃宮の譚彦彬オーナーシェフが監修した具入り麺を発売する。

「炙り焼きほたてめし」は北海道産の帆立を直火で香ばしく炙り、7種類の具材(にんじん、きぬさや、油揚げ、生姜、柚子皮、金ごま、のり)を加えて仕上げた和風ご飯。

昆布と鰹ベースのだしに帆立の旨みを加えた、食べ飽きない優しい味付け。

レンジ調理。1袋360g。国内協力工場。

「新中華街／

辛味噌五目タン

メン」は白菜、

もやし、ニラ、

にんじん、きく

らげ、ねぎ、豚

肉の7種類の具

材が入った、味

噌風味のタンメン。合わせ味噌ベースのコク

深いスープに炒めた野菜とラー油を加えた、

食欲をそそる仕立て。麺は味噌スープが絡み

やすい、食べ応えのある中太麺。

赤坂璃宮の譚オーナーシェフ監修。レンジ

調理か、レンジと鍋調理。1人前447g入り。

大江工場(山形)で生産する。



辛味噌五目タンメン

QP「つぶしてつくろう」卵のタルタル

キューピーは市販用チルド「つぶしてつくろう」シリーズで「たまごのタルタル」を9

月9日全国発売する。「キューピーのたまご」ブランド。

ゆで卵を好みの大きさにつぶしてもむだけで、自分好みのタルタルが作れる。ゆで卵丸ごと1個と、ピクルス、玉ねぎ、ソースがパ

ウチに一緒に入った商品。「チルドならではの、酸味を抑えた卵のコクを感じられる味わい。黄身のホクホク感とピクルス、玉ねぎの食感が楽しめる」(同社)。



「たまごのタルタル」

ゆで卵1個+ソ

ース87g、参考小売価格は税込み206円。賞味期間は冷蔵45日。揚げ物にかけたり、野菜と和えてサラダにも使える。

これで同シリーズは、たまごサラダ、ポテトサラダ、マカロニサラダ、とろ〜り半熟たまごと合わせ、全5品となる。

新製品の発売を機に、卵とパンを使ったレシピ・写真の投稿キャンペーンを9月から実施する。

第2回冷食Webセミナー実施 オイシックスとロイヤルの女性幹部対論

水産タイムズ社は第2回「冷食Webセミナー」を9月15日に実施します。

オイシックス・ラ・大地の富士聡子Oisix商品本部長と、ロイヤルホールディングスの庵原リサ ロイヤルデリ担当部長が「Eコマースで拓く“食”の未来」をテーマに対論します。

討論を通じて互いの思うところをぶつけ合い、冷凍食品関係者の今後の道筋の一助となることをめざします。

密を避けるためにも、また地方の関係者にも参加しやすいよう、Webによる聴講方式を今回も採用します。

ライブ配信は9月15日午後2時~3時30分。また9月20日~10月3日の2週間、アーカイブ配信も行います。

ライブ・アーカイブとも参加料1名7700円(税込み)。

受講方法は後日公開します。

(株)水産タイムズ社

前川、予兆診断できる「スマートチラー」

前川製作所はIOT/ICT技術により予兆診断ができる「スマートチラー」を今月発売する。

同装置はセンシングシステムを搭載した小型チラーユニット。冷凍機と機器の運転状況や消耗品の劣化を



各種センサーを装備したスマートチラー

遠隔で監視し、変調を検知する予兆診断ソフトと連動させることで、現場の設備管理担当者の負荷を低減し、設備の安定運転を実現している。

トラブルを未然に防ぎ、機器の効率を維持するために保守は欠かせない業務だが、近年進む労働人口の減少により、技術者不足や作業従事者の経験不足といった問題が出ていた。

前川製作所は以前から遠隔監視システムと診断ソフトを連動させて冷凍機などの保守に運用する取り組みを続けていたが、今回の「スマートチラー」はその予兆診断システムを最大限に活用できるハードウェアとして独自に開発した。IO-Link規格の各種センサーを装備している。

IO-Linkはセンサーや入出力機器とPLC（プログラマブル・ロジック・コントローラ）の間を接続する通信規格で、2013年に国際規格で規定された。以前のPLCとセンサー間の接続はセンサー毎にバラバラで、アナログ信号、デジタル信号、シリアル通信などが混在することもあり工場設備の配線に手間や時間がかかった。しかも、不具合が発生した時に異常箇所を特定することが難しいという欠点もあった。

「スマートチラー」は、日常運転ではネットワーク上で運転状況を閲覧・共有でき、予兆診断としては①部品の劣化や消耗②機器の故障予知③性能診断レポートなどの機能を持つ。

自然冷媒採用、軽量でコンパクト

冷媒はアンモニアを採用。既存のR22冷媒の設備や旧型のアンモニア冷媒設備との入れ替え需要に対応するため機体を軽量かつコン

パクトにしている。冷凍能力は620KW（0℃供給時）、重量は7.5tと、同型機の約55%。

部品交換や調整場所は周囲から手が届くレイアウト。圧縮機やモーターなどの大型部品の乗せ替えにかかる時間は半日程度なのでダウンタイムの短縮に寄与する。従来は目視していた液面確認などもセンサーに置きかえているので、一定レベルの現況確認なら管理室のモニター等で済む。

今回の発売を契機に、各種技術のスマート化をより進める方針。

ロイヤルと双日、シンガポールに法人

ロイヤルホールディングスと双日は、シンガポールに現地法人「Royal Sojitz International Pte. Ltd.」（藤岡聡Managing Director）を8月設立する。資本金3万SGD。ロイヤル51%、双日49%出資。海外市場におけるグループ事業機会の発掘等を担う。今後も成長が期待できるアジア市場等で飲食・食品製造等の事業基盤を早期に確立を図ることが現地法人設立のねらい。M&Aや提携を通じた事業機会の発掘、獲得を進める方針。

ロイヤルと双日は今年2月に資本業務提携を締結した。

日給連、8月研修会中止、11月以降予定

（一社）日本給食品連合会（中込武文会長＝甲信食糧社長）は政府の緊急事態措置等実施を受け、管理者夏季研修会の8月19～20日開催を中止する。11月以降に延期して開催予定。

業界人脈

(6205)

旭食品(株)

代表取締役副社長 竹内 紘之氏

このほど高知市で総合展示会フードランドを開催した旭食品。得意先が「コロナで商品情報が極端に減った」と、展示会のリアル開催を求める声が多いことから実施に踏み切ったという。2001年加ト吉入社。06年4月旭食品入社、神奈川支店に配属。11年6月高知支店部長、12年9月高知支店長。14年取締役商品統括本部副本部長兼商品部部長。16年常務に昇格し同本部長に。ゆずづくしなどオリジナル商品を製造・調達する子会社旭フレッシュ(株)の社長を兼務。19年4月から現職。大阪産業大学経営学部卒。1977年5月生まれ、44歳。