



発行所 株式会社水産タイムズ社
 編集発行人 越川宏昭
 〒108-0014 東京都港区芝5-9-6
 TEL03(3456)1411 FAX03(3456)1416
 ホームページ <https://suisantimes.co.jp/>
 e-mail reisyoku@suisantimes.co.jp
 日刊（但し土・日曜・祝祭日休刊）
 購読料 1カ月 5,280円（税別 4,800円）
 6カ月 31,680円（税別28,800円）

2021年（令和3年）
 7月27日（火）第8472号

冷食協、1～6月の冷食自主検査量0.5%減

（一社）日本冷凍食品協会がまとめた1～6月の冷凍食品自主検査数量（認定証マークを付けた製品の国内生産量）は市販用前年同、業務用1.6%減、トータル0.5%減31万7540tと微減で推移している。

最大品目の調理食品は1.3%減。そのうち、フライ・あげもの類は0.6%減だった。最も生産量が多いコロケが0.6%増、水産フライが12.4%増だったのに対し、その他フライ類が7.0%減、畜産フライが11.5%減と品目別にバラつきがあった。

フライ以外の調理品は1.4%減。家庭用の比率が高い米飯類が8.2%減と前年の反動があった模様。めん類3.2%増、餃子1.7%増と微増。焼売が11.2%増、ハンバーグ9.5%増と、比較的業務用の比率が高い品目は復調傾向にある。

農産物は11.6%増と2ケタ伸長した。最も生産量が多いばれいしょが44.6%増、2番目に多い「その他の野菜」が8.7%増と伸びてけん引した。

6月単月では、市販用7.4%減、業務用4.7%増、トータル3.7%減5万7561tと前年実績を下回った。調理食品も4.9%減。米飯類が13.0%減少した影響が大きい。

1～6月の冷凍食品自主検査数量

		6月		1～6月累計	
		数量 (t)	前年比 (%)	数量 (t)	前年比 (%)
水産物	魚類	51	104.4	353	123.8
	甲殻類	107	125.3	569	95.7
	軟体類	32	155.8	190	132.7
	その他	34	88.2	231	88.5
	小計	224	115.8	1,343	104.6
農産物	野菜類	1,193	105.3	8,178	111.3
	果実類	51	96.7	197	121.9
	小計	1,244	104.9	8,375	111.6
畜産物	小計	0	-	0	-
調理食品	フライ・あげもの類	9,668	102.9	52,713	99.4
	フライ以外の調理	43,480	93.6	239,016	98.6
	小計	53,148	95.1	291,730	98.7
菓子類	小計	2,946	115.8	16,092	107.2
合計		57,561	96.3	317,540	99.5
内訳	市販用	38,376	92.6	210,623	100.0
	業務用	19,185	104.7	106,916	98.4

- ニチレイF松尾常務「コロナ後準備」…………… 2
- 伊藤ハムと米久の食肉事業統合…………… 2
- トモシア竹内専務「試食会来年には」…………… 2
- 大光の6月売上げ1割減、外商13%減…………… 2
- 仏、食品表示のEU規則違反率44%…………… 2
- 冷凍ギョーザ、重視するのは味、国産も…………… 3
- フクシマガリレイ、プライム市場適合…………… 3
- ケンミン、鍋の麺にフォー…………… 3

業界人脈

(6208)

(株)マルイチ産商

代表取締役会長 藤沢 政俊 氏

…………… 3

- 日清製粉G、日フィル夏休み公演協賛…………… 3
- KS冷食秋の市販用・業務用新製品一覧…………… 4

ニチレイF松尾常務「コロナ後準備」

ニチレイフーズの松尾哲哉取締役常務執行役員事業推進部長はこのほど開いた秋の新商品発表会の席上、冷凍食品100年の歴史を振り返ると同時に、アフターコロナを見据え、今後訪れると予測されるビジネスチャンスに向けて準備を進めていると語った。要旨は次の通り。



松尾常務

「昨年は冷凍食品事業発祥からちょうど100年の節目。冷凍食品は常に人々の生活と社会課題に向き合い、その変化に柔軟に対応しながら成長してきた。直近では、いま猛威を振るっている新型コロナウイルスの感染拡大によって、冷凍食品業界も様々な影響を受けた。

この先、国内では人口が減少し、2023年には世帯数も減少に転じる。コロナ禍で高まった生活改善や健康への意識は今後さらに高まると同時に、25年には超高齢社会に突入し、労働者不足も心配されている。

しかし、冷凍食品は生活者やチャネルの変化を追い風に、活躍の場を広げながら、価値を高めていけると確信している。例えば人口減少、超高齢社会では、冷凍食品が持つ保存性、簡便性の高さがフードロスの削減や人手不足の助けになる。また、栄養コントロール技術によって、より健康的に、持続可能な社会を支えることが可能になる。

現在、業務用市場は非常に厳しい状況が続いている。新型コロナ変異株の拡大も心配されている。一方で、ワクチンの接種がさらに進行していけば、まだまだその先には国際イベントなどを契機とした、国内外の需要拡大といった大きなチャンスが訪れると想像しており、我々はその準備を粛々と進めている」。

伊藤ハムと米久の食肉事業統合

伊藤ハム米久ホールディングスは食肉事業の戦略機能と調達機能を一本化するため、伊藤ハムと米久の食肉事業部を10月1日付で機能統合すると共に、同日付で伊藤ハム米久ホールディングスに食肉事業本部を新設する。

食肉事業本部長に若木孝優取締役上席執行役員が就任する。同本部管下に海外食肉本部、国内食肉本部、食肉生産本部の3本部を新設

する。海外食肉本部長に大月隆二執行役員、国内食肉本部長に陶慎陽執行役員、食肉生産本部長に金森史浩執行役員が就く。

トモシア竹内専務「試食会来年には」

トモシアホールディングスの竹内信夫専務取締役は、このほど都内で実施した「第27回春の冷凍食品祭りキャンペーン」の抽選会の閉会挨拶で、大阪と高知で予定していた旭食品の「冷凍食品試食会」が2年連続で中止となったことに触れ、「何とか来年には復活させたい」とコメントした。

また3月にカナカンの秋季総合展示会、7月にカナカンの新商品試食展示会、旭食品フードランド2021などリアル展示会を開催したことについて「やればできる」との認識を示し、「今後もリアルなイベントを継続的に展開し、来ていただくお客様に商品を生で見てもらおうという行為が我々にとっていかに大切なことなのか伝えていく」と強調した。

大光の6月売上げ1割減、外商13%減

大光（岐阜県大垣市、金森武社長）の6月の外商事業（業務用卸）の売上げは前年同期比13.0%減の23億1100万円、アミカ事業（キャッシュ&キャリア）は7.8%減14億7400万円、全社では11.0%減37億8500万円となった。「アミカ」は48店。

仏、食品表示のEU規則違反率44%

フランスの競争・消費・不正防止総局（DGCCRF）は食品の健康改善を示唆する表示に関する調査結果を発表した。JETROのパリ事務所がレポートしている。

今回の調査は2019年に300社以上を対象に実施した。食品表示に関するEU規則違反率は44%。60件の警告、71件の差し止め命令、17件の調書作成が行われた。またネット販売での違反率は69%で店頭販売と比較して高いことが明らかになった。

違反事例としては①ポジティブリストに掲載されていない表示②許可された表示の意味を変える表現③許可された強調表示を使用せず、一般的な協調表現④製品の組成と異なる栄養強調表示——など。

日本から食品を輸出する場合もこの規制を順守する必要がある。

冷凍ギョーザ、重視するのは味、国産も

園児とママの情報誌を発行する㈱こどもりびんぐが「シルミル研究所」のリサーチ事業として実施した、女性が選ぶ「ウーマンリサーチ」で冷凍ギョーザを調査したが（関連既報）、購入する際に最も重視したことは①味42.0%②価格の安さ20.5%③主な原材料の産地が国内か11.8%④ブランド・メーカー6.6%⑤内容量6.1%の順だった。

今回1位を受賞した冷凍ギョーザは、すべて主な原材料が国内である点をパッケージに表記している。

冷凍ギョーザを「あまり食べない」、「まったく食べない」人に対し、「どの情報を目にしたら食べるきっかけになるか」の質問には、おいしい、国内生産の具材、すぐできる、国内加工と続いており、調査したシルミル研究所の「ウーマンリサーチ」では『国産』が一つのキーワードともいえる結果となった」と分析している。

さらに冷凍ギョーザにまつわるエピソードを聞いたところ、①負担が減ることによる喜び②手作り派から冷凍ギョーザに移行したなど次のようなコメントが寄せられたという。

「冷凍ギョーザだけは率先して夫が焼いてくれる。焼いている間もご機嫌」（愛媛50代）

「ホットプレートで、パーティー感覚で焼いて食べる。子供も喜び、冷凍食品だが罪悪感も減る」（大阪50代）

「手作りより冷凍ギョーザの方が子供の箸が進む」（福岡40代）

「手作りだと皮しか食べなかった娘が、友人宅で冷凍ギョーザをモリモリ食べた。今までの手間を思うと泣けてきたが、今では家族で冷凍ギョーザを楽しめるようになった」（大阪30代）

第1位を受賞した企業は受賞ロゴを有料で店頭ツール、商談資料、ブランドサイト、検索エンジンなどに幅広く使うことができる。

フクシマガリレイ、プライム市場適合

フクシマガリレイは9日付で東京証券取引所から新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果を受け、「プライム市場」の上場維持基準に適合していることを確認した。

プライム市場は来年4月に新設される東京証券取引所の3つの市場区分（プライム・スタンダード・グロス）のうち、上場基準が最も厳しい市場で、現状の1部上場の中にはプライム基準に届かない企業もある。

ケンミン、鍋の麺にフォー

ケンミン食品は秋冬商品として鍋用のフォーなど2品を9月1日発売する。いずれも常温商品。

「フォーくるくるボール」は熱湯で戻せる小さなボール状のフォー。おうち時間の増加に伴うメニューのマンネリ化や食事作りの負担が増えていることに対応した。原料が米なので、いつもの鍋やスープに入れるだけで簡単・便利にグルテンフリー料理が楽しめる。1玉は16g。食べる分だけ使える小分けタイプ。

「マンドリルカレー焼ビーフン」は神戸のカレー専門店「マンドリルカレー」と「ケンミン焼ビーフン」の共同企画商品。神戸の2企業がタッグを組んだ、本格的なおいしさ。

香り高い粉末カレーソースなので、お店で食べるこだわりのカレー味が楽しめる。

日清製粉G、日フィル夏休み公演協賛

日清製品グループは日本フィルハーモニック交響楽団が夏休みの7月17日～8月4日に主催する第47回夏休みコンサート2021に単独協賛する。感染症対策を徹底して実施する。

神奈川、東京、千葉、埼玉の各地で開く。

公演期間中、同社グループのテレビCM「Happy Menu To You! どんないちいもハッピーメニュー篇」の楽曲を楽団員が演奏する特別動画を公開する。楽譜も掲載するので、好きな楽器で楽団員と一緒に自宅で演奏できる。

業界人脈

(6208)

(株)マルイチ産商

代表取締役会長 藤沢 政俊 氏

平野俊樹代表取締役社長が病氣療養のため、業務執行に遺漏が生じないよう21日付で代表取締役に復帰した。1976年入社。2003年執行役員伊那支社長、07年水産セグメント統括、08年取締役執行役員水産セグメント統括、10年営業部門統括兼水産事業部甲信越本部長、11年フードサービス事業部長、12年取締役常務執行役員フードサービス事業部長を歴任し13年4月代表取締役社長 社長執行役員、18年4月取締役会長。東京農業大学農学部卒。長野県中野市出身。



ケイエス冷凍食品の2021年秋の市販用冷食新製品／リニューアル品

市販用冷食新製品	規格	製品の特徴／改良点	生産	調理
国産肉 肉だんご	3個×2袋 240g/12×2	国産鶏・豚肉の肉だんごにオイスターソース・黒酢入り特製甘酢ソース	泉佐野工場	レンジ ボイル
エビのチリソース	1袋170g 12袋×4	えびフリッターに玉ねぎ・水クワイが入ったXO醬使用特製チリソース	クレードル食品	レンジ ボイル
国産鶏肉使用 つくね	1袋300g 16袋×2	国産鶏肉を使ったプレーンのつくね、スープが良く浸み込む、煮込み料理に	泉佐野工場	レンジ 煮込む 油調
しょうが入り 国産鶏 鶏つくね串（照焼）	6本132g 12袋×4	期間限定の第7弾、つまみにピッタリの生姜風味の鶏つくね串	泉佐野工場	レンジ 自然解凍
国産野菜入り 鶏つくね串（照焼）	5本110g 12袋×4	国産鶏肉を使ったつくねに3種（ごぼう・にんじん・玉ねぎ）野菜を加えた	泉佐野工場	レンジ 自然解凍
ホットスティックチキン	6個108g 12袋×4	国産肉（成型肉）に香辛料を効かせたハバネロペッパー味のフライドチキン	J Aフーズ さが	レンジ
国産鶏肉使用 ミートボール ※	5個×2袋 156g/12×4	自然解凍機能を加えた	泉佐野工場	レンジ 自然解凍 ボイル
国産鶏 鶏つくね串（照焼） ※	6本132g 12袋×4	パッケージ裏面にInstagram消費者投稿画像を掲載	泉佐野工場	レンジ 自然解凍
スパイシースティックチキン ※	6個108g 12袋×4	パッケージの商品名ロゴを略語（S.S.C）からわかりやすいカナ表記に	J Aフーズ さが	レンジ

「※」印はリニューアル、9月1日発売

ケイエス冷凍食品の2021年秋の業務用冷食新製品／リニューアル品

業務用冷食新製品	規格	製品の特徴／改良点	生産	調理
国産若鶏使用 とり天（しょうが入り）	960g ×6×2	国産鶏肉の生地生姜を加え、あおさ入り衣で天ぷらに、つまみ・おかずに	プライフーズ	フライ
国産鶏肉使用 ミニメンチカツ	1kg ×6×2	国産鶏肉を使ったミニサイズのメンチカツ、ソースなしでもおいしい	プライフーズ	フライ
肉だんご（トマトソース）15-FE&DF 30-FE&DF （UDF容易にかめる）	①40個 900g ②20個 900g ×6×2	国産鶏肉を使用した鉄・食物繊維入りの肉だんごに特製トマトソースを合わせた ①1個約15gと②1個約30gの2種	泉佐野工場	ボイル スチコン
国産鶏肉使用肉だんご タレなし15（袋内添）	1kg ×12	鶏肉を使用した1個約15gのタレなし肉だんご、販促袋を内添した	泉佐野工場	フライ 煮込み
ソイリーボール （プレーン） ※	1kg ×6×2	食物由来の原材料のみで作ったプレーンタイプのボール、煮込み調理を追加	泉佐野工場	フライ スチコン 煮込み
ミニハンバーグ （てりやき味） ※	30個以上 930g× 6×2	ミニサイズのハンバーグに和風照焼ソース、マルチ調理対応	泉佐野工場	ボイル スチコン 自然・冷蔵庫
TOFUナゲット ※	50個以上 1kg×6 ×2	崩した豆腐に魚肉すり身・豆乳等を合わせた生地を一口サイズのナゲット風に	都吹	フライ
ちくわチーズの 磯辺揚げ ※	25個300g ×4×2	柔らかい食感のちくわの中にチーズを入れ磯辺揚げに、弁当・つまみに	イチマル水産	フライ

「※」印はリニューアル、8月10日（ミニメンチカツ、肉だんご〔トマトソース〕は9月1日）発売

第2回 冷食WEBセミナーのご案内

株式会社水産タイムズ社 / 冷食タイムス

『Eコマースで拓く“食”の未来』

女性幹部対論

オイシックス富士本部長×ロイヤルデリ庵原部長

富士聡子氏

2000年イカリ消毒入社、
2005年オイシックス(株)
(現オイシックス・ラ・
大地(株))入社。同年品質
管理部の立ち上げ、12年
自社製造部の立ち上げに
関わる。19年10月、Oisix
商品本部長。



庵原リサ氏

1991年サントリー入社。
2010年日本サブウェイ出
向、取締役マーケティング
本部長。18年(株)ドン
ク、経営企画本部マーケ
ティング室GMを経て20
年ロイヤルHDS、ロイ
ヤルデリ推進部。

コロナ禍で社会構造やライフスタイルが大きく変化しています。この新たな方向性を紐解くため、オイシックス・ラ・大地の富士聡子執行役員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を講師に、「第2回冷食WEBセミナー」を実施します。

オイシックス・ラ・大地は有機・特別栽培野菜、添加物を極力使わない加工食品などの宅配サービスを「Oisix」、「らでいっしゅぼーや」、「大地を守る会」の3ブランドで展開。宅配事業定期会員は全国約40万人に及びます。ヴィーガンミールキット宅配の国内外販売も手掛けています。

ロイヤルホールディングスは、レストランの味をそのまま冷凍にした家庭用フローズンミール「ロイヤルデリ」で2019年末から内食市場に本格参入しました。自社セントラルキッチンで製造する「ロイヤルデリ」は巣ごもり需要を追い風に、ECサイト中心に売上げを伸ばしています。

両社の女性幹部が「Eコマースで拓く“食”の未来」をテーマに、熱き意見を直接交わす場として「冷食WEBセミナー」を行います。是非ご参加下さい。

【開催概要】

- ① 実施日時 ライブ配信 2021年9月15日(水) 14:00~15:30
アーカイブ配信 9月20日(月)~10月3日(日)
- ② 講師 □富士聡子 オイシックス・ラ・大地 Oisix商品本部長
□庵原リサ ロイヤルホールディングス ロイヤルデリ担当部長
- ③ テーマ 『Eコマースで拓く“食”の未来』
- ④ 受講方法 WEB配信 (Vimeo)
- ⑤ 聴講料金 1人7700円(税込み)
- ⑥ 申込締切 2021年9月10日(金)

<https://www.suisantimes.co.jp/> 「水産タイムズ社」で検索

※弊社ホームページから参加お申込みをお願いいたします。また社内PCからご視聴の場合はVimeoにアクセスできるか予めご確認をお願いします