

低温食品業界をリードする情報誌

日刊速報

冷食タイムス

The Frozen Food Times



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
TEL 03(3456)1411 FAX 03(3456)1416
ホームページ <http://www.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ヵ月 4,800円 6ヵ月 28,800円(税別)

2017年(平成29年)
1月10日(火)第7369号

日本アクセス佐々木社長「ファミマを支える」

サークルKとサンクスのブランド転換支援

日本アクセスの佐々木淳一社長は本紙インタビューで「2017年度までの2カ年中計の大事な仕事の1つ」として「新生ファミリーマートのサポート」を挙げた。



佐々木社長

ファミリーマートとユニグループホールディングスの統合会社「ユニ・ファミリーマートホールディングス」が2016年9月1日に発足し、傘下のコンビニ「サークルK」と「サンクス」はファミリーマートに順次ブランド転換している。その支援を日本アクセスが務めている。

佐々木社長は「従来のサークルKとサンクスに、ファミリーマートと同様の配送システムで商品を届けるためのロジスティクス構築や、全体最適化に向けたオペレーションの統一化を遂行し、ファミリーマートの収益を高めるため、しっかり支援する」と意気込みを示した。「看板替えよりも先に、一部商品の配達が始まっている」ことも明らかにした。

インフラ生かしフローズンチルド強化

佐々木社長はロジスティクス事業の拡大を図る方針も示した。

これについて佐々木社長は「ロジ事業拡大の一環として、調達物流の取り組みにも注力していく。メーカーと配送効率化について話し合いを続けている。当社センターまで配送しているメーカーがあるが、当社にもロジスティクスの部隊がある。そこで当社がメーカー工場まで取りに行けば互いにメリットがあり、メーカーのコストダウンにもつながるはず」と本紙に語った。

ロジ事業の目標として「チルド幹線の構築」を挙げ、佐々木社長は「ある豆腐メーカーは当社のロジ機能を生かし、群馬県から関西エリアまでのチルド幹線を走らせ『関西の市場を開拓できるようになった』と喜んでいただいている。関西の食品メーカーが関東の市場開拓にチルド幹線を生かすこともできる。こうしたニーズを深掘りしていく」と語った。

さらに「フローズンチルドの取り組みを強化し、対応できる拠点を増やしていく」という方針も示した。

新春特集 冷食タイムスが選ぶ注目の商品

- キンレイ、専門店を超える“本物感”……………2
- KALDI、炒飯とパクチーがコラボ……………2
- シュガー「さばの旨味干し(骨なし)」拡販……………3
- 能美市でKIDS - シェフ2月17日……………3
- ミニストップ、「ティラティス」再販……………3
- 国分G、三郷第二センター長に中村氏……………4
- シマダヤ、加藤部長が経営企画部長兼務……………4

ファンケル、濃縮ケール青汁発売……………4

業界人脈

(5718)

(一社)ハラル・ジャパン協会

代表理事 佐久間 朋宏 氏……………4

新春特集 冷食タイムスが選ぶ注目の商品

冷食タイムス編集部が独断で選んだ“注目の冷凍食品”を紹介する。ロングセラー・ベストセラー商品ではなく、“知る人ぞ知る”商品にスポットを当てた。

キンレイ、専門店超える“本物感”

キンレイが昨年10月に発売開始した「おとり寄せコレクション」は、新しい販路開拓としての通販商品。一般にはまだなじみが薄いですが、看板商品の「鍋焼うどん」は、生半可なうどん店より確実においしい。



「おとり寄せコレクション 鍋焼うどん」

ストレートスープ、麺、具の3層構造の良さを最大に活かし、特にスープは専門店の味を超えている。冷凍食品が持つ本来のポテンシャルをいかんなく発揮している。

家庭用冷食の中でもパスタや炒飯などは「店よりうまい」と話題になっている。その意味で、「本物」の時代の到来を予感させる商品が目立つようになってきたことは、冷食産業の未来に期待を膨らませてくれる。

枕崎鯉節、土佐清水の目近節など使用

「鍋焼うどん」は関西風の本格的なだしにこだわった。枕崎産鯉節、土佐清水の目近節（宗田鯉）、道南産天然真昆布、国産椎茸などから旨味を引き出し、追い鯉で風味良く仕上げ、余韻の残る豊かな香りを実現した。昆布は北海道黒口浜の天然真昆布1等。

化学調味料は使っていない。庶民的な専門店でも化学調味料を使っている所が少ないのは、調味料の強い旨みと天然だしの香りを上手にあわせてコストパフォーマンスを出しているから。天然だしだけを使えば、当然、原料コストや手間のコストが跳ね上がる。同社も、「おとり寄せコレクション」はコンビニ向けのアルミ容器入りうどんの5倍も昆布を使っているという。

開発段階では450もの課題を整理して作り上げた。素材へのこだわりや、だしの抽出方

法などはコモディティ商品にフィードバックして品質向上に役立っている。

同鍋焼うどんは3食セットが送料別で2400円。1食800円という値段が高いのか安いのかを問うことはあまり意味がないだろう。

鍋焼うどんは昨年10月発売したが、一時期品切れとなり、12月5日から販売を再開した。

KALDI、炒飯とパクチーがコラボ

キャメル珈琲のショップ、カルディコーヒーファームが今年の夏に発売したオリジナル冷凍米飯「パクチーチャーハン」の豊かな香りに衝撃を受けた。

KALDI（カルディ）「パクチーチャーハン」は1袋230g、税込226円。パッケージ上部に「Coriander Fried Rice」と英語で表記している。それだけでは分かり難いと考えたのか、「パクチーチャーハン」と日本語も併記している。

調理はパッケージに小さな穴を数カ所あけ、電子レンジで3～4分加熱するだけ。加熱中、電子レンジからパクチーの香りがこぼれてくる。ひと口目から、パクチー嫌いは最初から相手にしない、という潔さを感じるほど、口の中いっぱいパクチーの独特な香りが広がり、鼻から抜けて行く。



「パクチーチャーハン」

製造は(株)コメックの大坂工場。

昨年12月、ぐるなび総研が、世相を反映し象徴する“2016年今年の一皿”に「パクチー料理」を選定したのは記憶に新しい。ぐるなび総研は「かつてはエスニック料理における『薬味』としての存在だったが、業態を越えて近年『主役』に転じ、山盛りのパクチーサラダを始め、鍋、カクテル、スイーツ等、バリエーションも豊かになり、飲食店が相次いでメニューに導入した」と選定理由を説明している。

パクチーの香りや味わいに魅了される消費者が激増し、パクチー愛好家を『パクチースト』と呼ぶ造語も生まれている。

パクチーはセリ科コエンドロ属に分類される野菜の一種で、英語ではコリアンダー、中国語では香菜（シャンツァイ）などさまざまな名称で呼ばれる。

シュガー「さばの旨味干し(骨なし)」拡販

シュガーレディは婦人販売組織「シュガーレディ」を挙げて取り組む一押しの拡販商品「シュガーセレクト」で1月は「さばの旨味干し(骨なし)」を取り上げている。

ノルウェーで旬の9月中旬から10月中旬漁獲した脂のりの良い原料さばを、白醤油の上品な風味と北海道産昆布のうま味をきかせた調味液に1晩じっくり漬け込み、冷風で乾燥させてうまみを凝縮させた風味豊かな商品。

身が厚い大型のさばのみを使っており、焼いてもパサつかず、ふっくら柔らか。骨抜きされているので高齢者や子供でも安心して食べられる。

1枚約125g×2枚、税込595円。2月3日まで。まとめ買いには値引きがある。

能美市でKIDS-シェフ2月17日

ヤヨイサンフーズは一般社団法人国際食文化交流協会(三國清三代表)と協働し、児童の味覚授業「第51回KIDS-シェフ」を石川県能美市立浜小学校で2月17日午前、実施する。主催は国際食文化交流協会だが、協賛のヤヨイサンフーズは食材の手配や授業の手伝いなど第1回から常に裏方として運営を支えてきた。今回は浅地産業も協賛する。

同小6年生の33名を対象に午前8時30分から授業を開始。三國シェフをはじめとするシェフの調理実演に続いて、児童考案の地域の食材を生かしたメニューを、児童が自らシェフに説明する。シェフのアドバイスを受け、メニュー調理と後片付けを同時進行で児童が進める。その後、シェフと一緒に試食。続いてシェフが児童のメニューを採点する。

KIDS-シェフは2000年に第1回を開催。これまで延べ2500人以上の児童・生徒に対して味覚の授業を行ってきた。一貫したコンセプトは①21世紀を担う子供たちに、本当においしいものを食体験させ、味覚の発達を促し、同時に食への関心を持たせる②自分たちが暮らす地域が海の幸・山の幸に恵まれていることを学び、地元の食と食文化に誇りを持つきっかけをつくる。

51回目の参加シェフは三國氏をはじめ山崎隆氏(レストラン山崎、青森県)、塘泰三氏(ホテルマウント富士、山梨県)滝本将博氏(ラ・ビオグラフィ、京都府)、丸山修司氏(京都東急ホテル、同)、藤谷幸司(レストラン「キャ

プテン)、山口県)の6名。

ミニストップ、「ティラティス」再販

ミニストップは昨年6月に期間限定で販売したスイーツ「ティラティス」を「ティラティス～ビターキャラメルカフェ」にリニューアルして4日発売した。税込200円。



「ティラティス～ビターキャラメルカフェ」

ティラティスは、ティラミスに使うマスカルポーネチーズの代わりに、チーズのような豆乳クリーム「大豆舞珠(まめまーじゅ)」を使った、やさしい味わいのスイーツ。大豆舞珠は、大豆本来のおいしさを生かして分離・分画するUSS製法を使った新豆乳素材。

リニューアルした「ティラティス」は、コーヒーシロップを染み込ませたスポンジにビターキャラメルソース、チーズのような豆乳クリームのムースを重ねた。ほろ苦いコーヒースポンジとチーズのような豆乳クリームに、新たに濃厚なキャラメルソースを加えることで、コンビニスイーツのイメージを覆すぜいたく感を追求した。トップのホイップクリームのみならずとした食感に、アーモンドクランチの食感がアクセントになっている。

6月の発売時にはSNSで「ティラミスかと思ったら、ティラティスだった」、「ティラミスの誤植では」などと話題を呼んだという。

「十勝ハッシュドポテト」を発売

ミニストップはフライドポテトの新商品「十勝ハッシュドポテト」(税込198円)を6日から順次発売している。原料のじゃがいもは北海道十勝産「ホッカイコガネ」を使っている。

ハッシュドポテトは、断面がエックス状の「Xフライドポテト」に次ぐ人気シリーズ。ファン層拡大に向け、これまで欧州産のじゃがいもを使った商品や、あおさを練り込んだフレーバー商品などを発売してきた。

新商品「十勝ハッシュドポテト」は、外はサクッと、中はざく切りにしたじゃがいものしっとりとした食感が楽しめる。ひとロサイズで、シンプルな塩味に仕上げた。レジで清算後、店内に併設した厨房で揚げる。

国分G、三郷第二センター長に中村氏

国分グループ本社1月1日付。▽経理財務部長＝鈴木公一（経営企画部特命担当部長兼経理財務部特命担当部長）▽三郷第二流通センター長を兼務＝中村道宏（フードサービス事業部営業五課長）▽海外統括部業務課長＝菅原靖士（低温フレッシュ・フードサービス統括部戦略・業務推進課長）

国分北海道1月1日付。▽受注課長を兼務＝石坂哲司（札幌業務センター部長兼発注課長）

茨城支店長に山本氏

国分関信越1月1日付。▽茨城支店長兼茨城総合センター長を兼務＝執行役員・山本孝夫（北関東支社長兼菓子事業部長兼営業課長）▽埼玉支社埼玉支店物流推進担当課長を兼務＝高橋忠則（北関東支社栃木支店長）▽信越支社副支社長兼マーケティング部副部長＝大月宏一（北関東支社茨城支店長兼茨城総合センター長）▽長野営業所長を兼務＝白井啓介（信越支社長長野支店長兼国分フードクリエイト(株)関信越支社埼玉支店長野営業所）

千葉支店長に田代副支店長

国分首都圏1月1日付。▽店舗運営課長を兼務＝井本努（第一営業本部第三支社長兼販売業務課長）▽千葉支店長＝田代淳太（第二営業本部第二支社千葉支店副支店長）

石島副支社長がクリエイトの営業所長兼務

国分中部1月1日付。▽名古屋業務センター受注課コールセンター長を兼務＝湯下清吾（三岐支社伊勢支店長）▽国分フードクリエイト(株)中部支社中部支店北陸営業所長を兼務＝石島紀男（北陸支社副支社長兼第一支店長）▽北陸支社第二支店長＝古里幹男（同支社第一支店営業担当グループ長）

国分西日本1月1日付。▽マーケティング部長＝小澤康二（マーケティング部副部長）▽マーケティング部副部長を兼務＝溝口明彦（マーケティング部商品一課長）

国分九州1月1日付。▽空港前センター長を兼務＝津波古武広（物流・システム部物流・システム課長兼福岡低温センター長）▽第一支社第一支店長＝増田吉博（第一支社第一支

店支店長補佐)

国分フードクリエイト1月1日付。▽執行役員を解く＝田澤健（執行役員首都圏支社長兼第四支店長）▽同＝林郁夫（執行役員関信越支社副支社長兼埼玉支店長）

シマダヤ、加藤部長が経営企画部長兼務

シマダヤ2月1日付。▽経営企画部長を解く＝取締役・岡田賢二（マーケティング本部長兼経営企画部長）

▽家庭用首都圏営業部長を兼務＝執行役員・井堀達広（デリカ営業部長）▽経営企画部長を兼務＝加藤優（生産子会社管理部長）▽名古屋支店長＝笠原仁史（業務用首都圏営業部第1グループGM）

ファンケル、濃縮ケール青汁発売

ファンケルグループのファンケルヘルスサイエンスは、冷凍「濃縮ケール青汁」を20日から通販で発売する。飲みにくい原因の1つでもある青臭さを濃縮時に水と一緒に除去して飲みやすくした。70～100mlの水や牛乳と混ぜて飲む。

5℃以下で管理した新鮮なケールを搾り、鮮度を維持しながら濃縮した。マイナス40℃で急速凍結することで、採れたてのケールの栄養を保持した。

容量は従来品の3分の1。水につけて30秒で解凍できる。1袋にケールを120g使用しているため、1日に摂取したい緑黄色野菜量（120g以上）が1袋で補える。

1袋30g×30袋で、税込4320円。

業界人脈

(5718)

(一社)ハラル・ジャパン協会
代表理事 佐久間 朋宏 氏

2012年から現職。イスラム諸国やハラル認証団体と協力しながらハラルをビジネスに活かすためのサポート活動に取り組んでいる。年間100本以上のセミナー・講演・企業研修をこなす。今年は酉年。安くてボリュームがあり、手軽にハラルチキンが入手できることから、今年は「ハラルチキンメニュー」が増えればと願う。1964年生まれ。岐阜県下呂市出身。

世界が注目するニューヨークの食品最新情報を体験する

水産タイムズ社の

米国東海岸 食品視察セミナー

水産タイムズ社では世界の食の潮流の最先端、ニューヨーク（米国東海岸）に焦点を当てた視察セミナーを2017年3月に実施します。

今回の視察では、小売業態、デリカ、外食などを数多く視察するとともに、食品加工の現場も視察します。さらに、現地で躍進する“冷凍食品専門店”を訪れ、米国の冷蔵販売店のポイント、品揃えなどを学びます。

また、本社の海外視察で参加者に毎回大好評の「冷凍食品調理・試食」の体験機会も設けます。参加者個々の視察テーマに応じて自由に動けるFree dayを設けます。世界が「日本食」に注目する中、日本から米国に「売る」商品研究、あるいは米国から日本市場で「売れる」商品研究の場としてもご活用ください。

多くの関係者のご参加をお待ち申し上げます。

ニューヨーク 2017年3月8日(水)～13日(月) 4泊6日

- ◆米国で躍進する冷凍食品の専門店を視察訪問
- ◇食肉加工工場を視察見学、オーナーと質疑応答
- ◆店頭で冷凍食品などを購入し、調理・試食を実施
- ◇Stew Leonard、Trader Joe、Eatalyなど話題の店視察

旅行代金 ホテル1室2名使用（滞在ホテルはWellington Hotel、NYミッドタウン）
39万8000円（最少催行人数10名様以上）

申込締切 1月20日（金曜日）

【主な日程】

日	都市	主な旅程	宿泊
① 3月8日	成田→NY	U.A便で成田発→ニューヨークへ（直行便）	ニューヨーク
② 9日	NY	Wegmans、Wholefoods、Trader Joes、Eatalyなど話題の業態を視察	ニューヨーク
③ 10日	NY	Stew Leonardヨンカー店、食肉加工販売会社（ブロンクス）、冷凍食品専門店などを訪問視察→冷凍食品など購入商品を調理・試食	ニューヨーク
④ 11日	NY	各視察テーマに沿って自由研修	ニューヨーク
⑤ 12日	NY→成田	U.A便でニューヨーク発→成田へ（直行便）	（機内泊）
⑥ 13日	成田	帰国	

詳細は弊社までお問い合わせ下さい。正式な募集案内パンフレットをお届けします。

（株）水産タイムズ社（電話03-3456-1411、suisan@suisantimes.co.jp）