

☆ 2011年メーカー各社の方針⑩/味の素冷凍食品
次期3カ年は10~20年後を左右、輝き続ける会社へ施策を講ずる

<味の素冷凍食品社長・進藤大二氏=写真>



10年度は冷食事業開始40周年、味の素冷凍食品設立10周年の記念の年としてバリュークリエイティブ(VC)の仕上げを目指した。第3四半期までの売上げは家庭用、業務用ともに横ばい。うち10~12月

は家庭用5%増、業務用横ばいの計3%増と上向き、通期着地は家庭用、業務用ともに1%増見通し。海外事業は米国、欧州が順調、年度売上げ12%増90億円予想。海外を含めた10年度の販売は1%増着地と見ている。

利益面は営業利益目標45億円に対し、45億円+を見込み、2期連続の最高益で終了できそうだ。下期は40周年事業と来期への先行投資も行うため若干の減益見通し。10年度は「天洋食品事件」による致命的打撃を乗り越えた手応えを感じている。将来の発展に向けた基盤作りが進んでいる。

次期3カ年は当社の10~20年後を左右し、輝き続ける会社への施策を講ずる。基本的な考え方は三つ。環境変化に強い事業運営と強靱な基盤作り 国内の安定成長と海外事業の急成長 そのための国内の生産拠点作りとグローバルな供給体制の整備と再構築。

まず、これまでの冷食事業は環境変化に弱く、天洋食品事件はその一例だ。今までの冷

食事業は業界も含めて環境により売上げ、利益が揺さぶられすぎた。今後はインフラを含め環境変化に強い事業を目指す。また、発展・成長だけを考えているとその裏にあるリスクを忘れがち。「重点化」事業も実は大きいリスクを背負っている。裏のリスクを把握して強い事業運営に心がけたい。中国事業は安心安全の問題のほか社会インフラのリスクもある。

次に国内事業の安定成長を目指し、海外事業を強化する。国内はお客の成長期待に応え、海外は当社の技術や商品を待つニーズに応え、急拡大の施策で臨む。そのため国内の9工場では環境投資が価値を生むという視点をからも生産設備の整備と再構築を進める。環境と老朽化に対応しつつ既存商品加え、新商品の生産がオンする。安心安全を担保し成長を目指すには、各ラインの相互調整も必要になる。

グローバルな供給体制整備に伴い、海外事業は3年間に140~150億円規模へ、10年度の売上げを60億円拡大する計画だ。8工場とOEMによる供給体制を整え、どの国で何を作り、どの国に何を販売するか明確にしたい。中国内販は次期中計ではトライアルを継続、その次の中計(14~16年度)に明確な数値が持てる取り組みにしたい。シンガポールとタイには香港アモイフードとAFT(タイ味の素冷凍食品)から商品を供給している。アモイからは豪州にも供給している。中でもシンガポール市場に期待している。

○ 「Action! FROZEN FUTURE」=進藤社長

味の素冷食の40年間の冷食事業は、新しい価値と価格を市場で作ることにより、FFAの冷食事業と業界の発展を目指す歴史だった。VCは最近始まったことではなく、既に冷食事業を開始した40年前に「品質第一で高付加価値と高価格を実現する」と謳っている。

こうしたことを踏まえ、次の10年の社内事業戦略スローガンは「Action! FROZEN FUTURE」だ。将来に向かって行動を起こし、変革・創造を目指す。開発スローガンは「カラダがよるこぶ、おいしさ」。

「Action!」には行動に移すという意味と、挑戦するという意味を含めた。

当社は設立10周年を機に11年度春季から家庭用のCMキャラクターに「嵐」の櫻井翔を起用、10年間務めた香取慎吾と交代する。「Action! FROZEN FUTURE」の新キャラクターとして冷食業界盛り上げにも頑張りたい。

また、当社では10周年の事業の一つとして本社事務所を銀座7丁目に移転、3月28日から業務を開始することにした。

☆ 【2010 秋季家庭用新商品・上】新カテゴリー創造、食シーン拡大に挑戦
売場活性化へ、各社の取り組み積極化

2010 年秋の家庭用冷凍食品新商品が出そろった。主要メーカーが新発売した商品数は春に引き続き高水準となった。冷食に対する信頼回復も、ヘビーユーザーを中心に一定程度進んだと見て、大手メーカーを中心に購入者層や商品カテゴリー、食シーンの拡大に挑戦する姿勢が顕著となっている。冷食の主戦場である弁当商品では内食回帰を受けて、新商品の投入も盛んだが、パッケージデザインを従来型から大胆に変更し、食卓での利用シーンを前面に押し出した商品も出てきた。停滞する米飯では個食タイプの提案で、うどんが中心だった素材麺では中華とパスタの提案で、それぞれ需要の掘り起こしに挑戦している。消費者に直接働きかけるプロモーションに力を入れるメーカーも増えており、新商品を含めた新たな提案と相まって、ほぼ固定化されてきた冷食売場の棚割りが今後、劇的に変わっていく可能性もある。(当季新商品一覧表は後日掲載)

○ 今秋の家庭用は 143 品、日清食品冷凍が 3 季連続最多

本紙が集計した家庭用冷食メーカー 20 社が今秋発売した家庭用冷凍食品新商品(リニューアル品を除く)は、昨年秋(19 社合計 120 品)を大きく上回る 143 品だった。主要 11 社を見ると(下表) 107 品と前年を 6 品上回った。日清食品冷凍の積極投入が寄与している部分も大きい。主要各社のほとんどが春に引き続き、品数を揃えてきた。

一方、リニューアルも当季は大幅に増えた。11 社合計で 132 品と昨秋よりも 40 品多かった。新商品の品目数をリニューアルが上回る状況は 08 年以來続いている。当季リニューアルが多かったのはアクリフーズとテーブルマーク、日本水産で、それぞれ新商品の 2 倍以上の改良品を発売した。味の素冷凍食品が「永久改良」と言うように、売上げを支える主力商品や戦略商品の磨きあげは今後も続いていく傾向だ。

メーカー別で新商品の発売が最も多かったのは、日清食品冷凍で 18 品だった。09 年秋から 3 季連続のトップとなった。春に値ごろ感を打ち出したパスタ「日清スパ王プレミアム」

がヒットしたのに次いで、当季はラーメンとうどん・そばでも「お手頃価格の価値商品」を展開する。「冷凍 日清のラーメン屋さんプラス」を立ち上げ、「冷凍 日清のどん兵衛」はリニューアルを含めて 6 品そろえた。

ご当地麺も好調の「横手風焼そば」に次いで「オホーツク北見やきそば」を投入。沖縄「島そば」と山梨「ほうとう」も提案する。

次に多かったのは味の素冷凍食品で 13 品。弁当商品の「揚げずにサクッとさん ぷっくら白身魚」は油で揚げない新製法のフライ。健康志向にこたえ“夫の弁当”を訴求する。また個食米飯・スナックを「おとなのワンディッシュ」として HOT! 1 シリーズで展開する。「エビと彩り野菜のピラフ」や「あらびき肉と 4 種野菜のビビンバ」など米飯と「3 種のチーズとナスの濃厚ドリア」などドリア商品を全 6 品発売した。

今夏にはニチレイフーズが先行して、個食炒飯を 3 品発売している。大手 2 社の参入により、低迷する米飯カテゴリーに個食需要を掘り起こすことができるか、注目だ。

(表) 主要メーカー別 10 シーズンの新商品発売品目数の推移

	06年			07年			08年			09年			10年		
	春	秋	合計	春	秋	合計	春	秋	合計	春	秋	合計	春	秋	合計
アクリフーズ	14	10	24	11	11	22	10	14	24	14	11	25	13	9	22
味の素冷凍食品	7	7	14	8	10	18	12	16	28	8	8	16	9	13	22
テーブルマーク	8	12	20	11	8	19	8	7	15	5	14	19	11	4	15
ニチレイフーズ	10	8	18	8	9	17	4	10	14	3	5	8	9	7	16
日清食品冷凍	-	-	-	-	-	-	14	14	28	11	16	27	20	18	38
日清フーズ	5	5	10	7	11	18	1	6	7	18	6	24	9	9	18
日本水産	8	7	15	8	14	22	7	3	10	4	9	13	9	10	19
日本製粉	6	10	16	6	7	13	4	9	13	11	11	22	7	12	19
日本ハムデリニユーズ	-	-	-	-	-	-	10	7	17	5	9	14	9	8	17
マルハニチロ食品	12	8	20	13	17	30	12	9	21	13	10	23	10	12	22
明治乳業	4	2	6	3	5	8	3	4	7	1	2	3	3	5	8
小計	74	69	143	75	92	167	85	99	184	93	101	194	109	107	216
その他メーカー	49	61	110	44	59	103	35	32	67	25	19	44	25	36	61
合計	123	130	253	119	151	270	120	131	251	118	120	238	134	143	277

※マルハニチロ食品の08年春までの品目数はニチロの発売実績。日清食品冷凍は08年10月に日清食品の持分会社化に伴い設立。テーブルマークの09年秋までの品目数は加ト吉の発売実績。日本ハムデリニユーズは08年から集計を開始。

◎ 資料—2010年7月の冷凍野菜輸入通関実績①

品名	国名	7月分				1~7月累計		
		数量	価格	数量 前年比	キロ当 り単価	数量	価格	数量 前年比
ポテト	中国	803,775	115,156	68.9	143	5,553,492	645,038	86.1
	ベトナム	-	-	-	-	83,909	11,959	39.5
	タイ	-	-	-	-	14,859	11,087	46.7
	オランダ	-	-	-	-	48,070	5,205	33.4
	ベルギー	1,272,461	116,255	100.7	91	8,651,970	897,230	117.6
	フランス	44,394	3,992	763.0	90	309,864	30,082	618.1
	ドイツ	253,580	26,292	皆増	104	1,384,547	161,057	125.1
	スイス	2,160	657	皆増	304	2,160	657	皆増
	イタリア	39,696	7,741	345.4	195	119,948	25,132	271.8
	フィンランド	3,606	676	251.6	187	7,189	1,362	121.1
	カナダ	3,150,880	344,131	107.4	109	17,825,001	1,962,389	89.7
	米国	21,915,307	2,470,392	107.5	113	161,985,212	18,271,568	107.7
	コロンビア	6,666	1,706	30.9	256	91,458	23,606	55.6
	エジプト	311,960	24,060	802.4	77	1,381,300	107,710	137.2
ニュージーランド	452,956	48,044	128.0	106	2,457,702	267,049	111.1	
小計		28,257,441	3,159,102	107.8	112	199,916,681	22,421,131	105.8
(前年計)		26,205,985	3,110,377	92.2	119	188,992,466	21,983,918	103.3
ホウレン草	中国	2,062,453	241,214	165.0	117	12,980,081	1,532,293	129.4
	台湾	141,613	22,144	88.2	156	1,213,190	187,322	124.6
	ベトナム	86,260	11,228	91.5	130	1,353,304	182,367	105.8
	タイ	-	-	-	-	121,920	21,174	85.7
	インドネシア	-	-	-	-	132,196	12,991	109.7
	フランス	-	-	-	-	3,632	621	78.3
	イタリア	-	-	-	-	5,790	1,244	42.0
小計		2,290,326	274,586	143.5	120	15,810,113	1,938,012	125.1
(前年計)		1,595,714	205,142	67.7	129	12,633,204	1,563,468	84.2
コーン	中国	222,363	23,308	337.5	105	896,087	93,042	241.3
	台湾	5,000	642	37.9	128	165,772	21,122	420.2
	ベトナム	9,500	990	95.0	104	41,940	5,346	140.8
	タイ	734,200	86,199	126.7	117	3,416,689	409,266	105.8
	米国	2,811,206	388,358	111.3	138	17,423,354	2,457,109	100.1
	ペルー	-	-	-	-	4,963	1,705	98.9
	ニュージーランド	481,445	63,581	74.7	132	2,926,549	410,968	79.6
	小計		4,263,714	563,078	111.0	132	24,875,354	3,398,558
(前年計)		3,842,198	581,445	93.2	151	24,763,161	3,659,793	99.3
ブロッコリー	中国	1,483,851	180,254	107.9	121	8,998,389	1,124,925	114.0
	タイ	27,240	5,659	338.0	208	107,941	23,080	1073.2
	スペイン	3,000	1,125	皆増	375	5,000	1,966	皆増
	米国	-	-	-	-	3,482	923	皆増
	メキシコ	140,019	24,852	108.7	177	1,036,651	187,307	140.7
	グアテマラ	-	-	-	-	244,688	46,874	51.3
	エクアドル	649,263	117,796	85.2	181	4,600,807	839,639	103.5
	小計		2,303,373	329,686	100.5	143	14,996,958	2,224,714
(前年計)		2,291,085	351,291	136.4	153	13,596,560	2,102,689	99.6

(注)金額はCIF価格(保険料・運賃込み価格)

(次号へ続く)