

生産・流通・販売を結ぶ専門紙

冷食日報

DAILY FROZEN FOODS

●発行所 株式会社 食品産業新聞社

本社 〒110-0015 東京都台東区東上野2-1-11 サンフィールドビル TEL03(6231)6091 FAX03(5830)1570
大阪支局 〒530-0044 大阪市北区東天満1-11-15 若杉グランドビル別館 TEL06(6881)6851 FAX06(6881)6859
ホームページ <http://www.ssnpc.co.jp>

●購読料(前納) 3ヵ月18,900円 / 6ヵ月37,380円 / 1年73,500円(税込み)



2012年(平成24年)

1月26日 木曜日

第9496号

CONTENTS

禁無断転載

- おかずにもう1品をコンセプトに「ほっとするおかず」新商品3品
醤油ガーリック味の「若鶏のグリルドチキン」/ニチレイフーズ…………… 2
業務用は「クイックメイド」シリーズに丼の具5品と丼の素2品…………… 2
- 市冷協、新年度も「消費者との接点」強化、20~30代開拓を
基本価値の訴求に力点、工場見学も復活へ…………… 3
「家庭用冷凍食品流通部会」を開設…………… 3
冷食協・木村専務「来年度も男性・シニアに新たな切り口でアプローチ」………… 3
- 極洋、年末商戦は順調に推移、高単価品も動き市場環境に変化の兆し
水産冷食・調理冷食・常温とも前年を上回る見込み…………… 4
- ☆ 2012年メーカー各社の方針(24)/エスケー食品
家庭用弁当が順調に拡大、業務用は物量拡大も単価ダウンに苦戦…………… 5
グローバル化に向け品管体制さらに強化ニ管野社長…………… 5
- 《マイナス18°》秋冬には新たな大龍ブランドを…………… 5
- ☆ 2012年メーカー各社の方針(25)/オカフーズ
今春は新シリーズ発売へ、独自の価値訴求を目指す…………… 6
船橋工場の生産強化、生産拠点バランス化に取り組むニ岡社長…………… 6
- 久世、テーブルマーク保有のハブの株式を取得…………… 6
- 業務用卸の経営改善へ向けた流通システム構築セミナー開催—日本外食品卸協会・7
- 2011年冷食協認定数量は6年ぶりのプラス、業務用は減少続く…………… 8
- 12月のチェーンストア販売、既存店5ヵ月連続のマイナスニCS協…………… 8
- 1店平均の販売金額は8.5%増ニ12月冷凍麺POS⁺スト③
テーブルマークのそばメニューが上位に…………… 9
- マルハニチロ食品、2012年春の業務用食品新商品一覧(上)…………… 10

明日をもっとおいしく

meiji



株式会社明治

◎ おかずにもう1品をコンセプトに「ほっとするおかず」新商品3品
醤油ガーリック味の「若鶏のグリルドチキン」／ニチレイフーズ

ニチレイフーズは3月1日から家庭用冷凍食品新商品8品、リニューアル品13品、業務用は新商品16品、リニューアル品10品を全国発売する。「家庭用は『おかずにもう1品』をコンセプトに新シリーズ『ほっとするおかず』を、業務用は各種業態のユーザーの課題を解決する『クックメイド』シリーズを提案する」(大内山俊樹常務執行役員商品本部長)。

家庭用はおつまみ、副菜、弁当に使えるチキン、和風おかず、中華各カテゴリーに新商品を投入、また、商品イメージを分かりやすくするため、シリーズを再編しロゴマークサイズをそろえパッケージデザインを統一する。



チキン加工品は「若鶏のグリルドチキン(醤油ガーリックチキン)」(240g)。軽く素揚げした後、オーブンで焼上げた「焼き物」メニュー。醤油ガーリック味でご飯のおかずに適している。タイのスラポンニチレイフーズで生産。

新シリーズの和風おかず「ほっとするおかず」には、「4種の野菜と鶏肉の寄せ揚げ」(5個 125g)、「ふわふわ衣のえび磯香り揚げ」(5個 100g)、「6種の小鉢」(6個 96g)の3品。「4種の野菜と鶏肉の寄せ揚げ」はれんこん、ごぼう、にんじん、ねぎの4種の野菜と鶏肉を天ぷら粉で揚げた。「ふわふわ衣のえ

び磯香り揚げ」はプリッとしたえびと白身魚のすり身を合わせ、あおさ入りのふわふわ衣で包んだ。「6種の



小鉢」は素材本来が持つ水分と調味液をしつかり炒めて煮つめる炒め煮製法による和惣菜。中国の萊陽恒泰食品で生産。「ほっとするおかず」シリーズは他に、改良した「4種根菜入りマヨバーグ」、パッケージ変更の「レンコンひき肉はさみ揚げ」を加えた5品構成。

中華は「お家で本格中華」シリーズで展開する。新商品は「点心春巻」(6個 204g)。パリッとした軽い歯触りの皮に、具材感ととろみのある中具を包んだ春巻。「お家で本格中華」はリニューアルの「甘エビシューマイ」「小籠包」、パッケージ変更の「春巻」「五目中華丼の具」を合わせ5品構成。

弁当の新メニューは「からあげチキンソルトペッパー&ガーリック」(5個 105g)、「お母さんのおかず野菜のてんぷら盛り合わせ&かき揚げ」(2種×3個 132g)。後者はさつまいも、れんこん、かぼちゃの天ぷら盛り合わせとたまねぎ、皮つきごぼう、人参、いんげんの野菜かき揚げの2種類のアソート品。萊陽恒泰食品で生産する。米飯の新商品は「二種の大人の焼おにぎり」(2種×2個 300g)。じゃこと生しば漬け、じゃことかつお節佃煮を使った2種アソートの焼おにぎり。

○ 業務用は「クックメイド」シリーズに丼の具5品と丼の素2品

ニチレイフーズの業務用新シリーズは、外食、惣菜向けに簡易オペレーションで本格メニューを提供できる「クックメイド」シリーズ7品と「丼用海鮮かき揚げ」で展開する。外食・惣菜業態のメニューの品ぞろえを強化し、店の独自性を打ち出したいとするニーズに応える。

ボイルしご飯の上にかけて提供する「クックメイド」丼の具シリーズは、「炭火焼鳥丼の具(たれ味)」(160g×5袋)、「チキン南蛮丼の具」(5袋 800g)、「完熟トマトのえびチリ丼の具」(=写真、135g)、「四川風麻婆豆

腐の具」(150g)、「8品目の中華丼の具」(180g)の5品。また、ボイルし野菜や揚げものと合わせて提供する「クックメイド」丼の素シリーズは、「たまごとじ丼の素」(360g)、「回鍋肉丼の素」(170g)の2品。



丼用の新商品は「丼用海鮮かき揚げ」(3kg)、むきエビを3尾、いかを2切れ入れた海鮮かき揚げ。

☆ 2012 年メーカー各社の方針②／味の素冷凍食品
中計達成へ「国内販売の安定成長と海外販売の急拡大の両立」

＜味の素冷凍食品社長・吉峯英虎氏＝写真＞



最近の冷凍食品の購買行動を見ると、震災後の特需などではなく、新たな冷食顧客の増加や高齢者世帯の冷食購入率が増えていることなど冷食購買の裾野が広がっていることが特徴だ。特に食卓

で利用する米飯類、パスタ類、ギョーザやシューマイ、鶏のから揚げなどが牽引し市場を拡大している。

当社の上期は震災影響で 15 品（販売ウエート 10%）の休売を余儀なくされたが、これらを外しても前期比 4～5%の伸長だった。下期は通常に戻り、市場を超える動きになっている。業務用は外食が上期苦戦、惣菜が伸長した。下期は外食も回復傾向で期待できる。

○ 米国市場の販売は順調、欧州やアセアン諸国で事業構築を

海外市場は、米国が順調だ。新市場の欧州は 2000 年に米国市場開拓を始めたころの状況になっており、この先スピードを上げ新市場を築く。アセアン諸国ではどのように事業構築するか、今後 1～2 年で決めたい。

米国ではエスニックアントレ分野で展開している。規模はすでに 8,000 万ドルを超えた。業務用のほか家庭用ではクラブストアや食品スーパーで販売し、11 年はウォルマート本体に「サムライ」ブランドのアントレ 4 品（焼きそば、炒飯、組み合わせ商品など）を導入した。また、欧州では業務用から展開する。今はレストランで「ギョーザ」を提案。ドイツ、フランス、英国で販売開始し、味の素社と連携して営業活動を進めている。販売は手応え充分。

米国には米国内の工場のほか、中国（連雲港工場など）からも輸出、欧州にはタイから運んでいる。海外市場向けに他の海外生産品を組み合わせることによりカントリーリスクを軽減できる。サプライとデマンドを複線化することにより事業安定化が図れる。海外はどこに販売するかを決め、どの工場で生産するかを考える。現在の海外 8 工場のあり方の検

さて、当社は 11～13 年度の 3 ヶ年計画を推進し、11 年度の販売は 4%増 1,140 億円、営業利益 75 億円の達成見込み。今期は 13 年度計画を見通して着手すべきことを洗い出しスピードを上げる。基本戦略は「国内販売の安定成長と海外販売の急拡大の両立」である。

国内事業で着手すべきことは新カテゴリーの育成。「ギョーザ」「若鶏のから揚げ」以降、主要品に大きな変化がなく、新しいカテゴリーが出ていない。13 年にはこれを作る。フライ革新の「揚げずにサクッとさん」や自然解凍品など育成すべきものはすでにあるが、さらに家庭用のデザートや高齢者に目を向けた商品などを開発したい。業務用では病院介護食市場をフォローする新たな組織を本社に置いた。業務用の病院介護食市場深耕と同時に家庭用売場への開発研究を強めたい。

討も進める。

国内 9 工場の検討も必要だ。国内市場の動向や我々のビジネスサイズを見極め、何が必要で何をどこで作るのか考える。これまでは効率が大事だったが、震災を契機に効率とリスク分散の両立が新たなテーマになった。国内工場全体のあり方についてはグラントデザを描いているところだ。

国内の冷凍食品事業は、マーケット成長率 2～3%などではなく、もっと大きく伸びる可能性を秘めていると思う。我々の事業も大きく伸ばしていく必要がある。日本の人口は今後減少するが、少なくともこの先 10 年間の世帯数は減らない。一世帯当たりの人数は減るが、これは新たな需要を生み出す。調理の外部化がさらに進み、付加価値需要がさらに高度化する。世帯が小さくなることは小分け商品や小ポーション商品が求められることであり、このニーズに冷凍食品は最も適切に答えられるカテゴリーだ。量ではなく質を高めて、マーケットを拡大すべきである。各メーカーには各社特有の得意技があるが、当社も優位性ある技術力を磨き、冷食業界の伸長に貢献したいと思う。

☆ 【秋の家庭用新商品・下】冷凍パンの動向に注目、スナックの充実続く

本紙が集計した家庭用冷食メーカー19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132品となった。当季の新商品をカテゴリー別（グラフ）に見ると、弁当や夕食の食卓向けなど「おかず系」商品が58品目で、新商品全体に占める構成比は44%となった。大幅にシェアを落とした昨秋と比べて0.5ポイント増加にとどまった。一方でスナック・デザート類は19%と0.7ポイント増加。パン類の増加で引き続き高い水準となった。

弁当のすき間埋めに8個入り商品

おかず系のうち弁当商品は48品とおかずの82%を占めた。昨秋よりも3.8ポイント拡大している。弁当商品はアクリフーズと日清フーズがそれぞれ7品と最も多く、次いでテーブルマークと日本水産が6品、ニチレイフーズと日本ハムデリニユーズが4品で続いた。

弁当のすき間を埋める商品としては、串ものが主流となっているが、アクリフーズは8個入りのすき間埋め商品の発売を続けてきた。当季はテーブルマークも8個入の「明太風クリーミーフライ」を発売しており、すき間埋め商品の新たなトレンドとなるか、注目される。

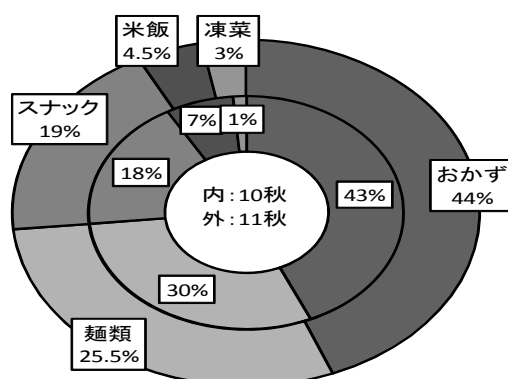
食卓商品ではケイエス冷凍食品の和風副菜の新シリーズ「レンジでプラス」の動向が注目だ。

汁麺のレンジ調理化

おかず系の次に多かったのが「麺類」の39品で構成比29.5%と昨秋より0.6ポイント減少した。新商品数最多の日清フーズがパスタで11品発売したほか、日清食品冷凍が和風麺とラーメンで品数を揃えた。

麺類の中ではパスタが44%（昨秋39.5%）を占めた。日清フーズの既存品を大幅刷新がシェアを稼いだ主な要因。当季のパスタ新商品は日清フーズと日本製粉の2社からのみだった。個食パスタの成長にも一時陰りが見え始めたが、日清フーズの「弾む生パスタ」はメディアへの露出が目立っており、他方で日本製粉の特有商品であるスープパスタも価格帯を広げるなど、両社手を打ってきた。

2011年秋の新商品
カテゴリー別構成比



次いで中華が13品で麺類の33%（同28%）を占めた。日清食品冷凍が「ラーメン屋さんプラス野菜塩タンメン」など合計4品、テーブルマークが新シリーズ「腕利き屋」3品をそろえた。マルハニチロ食品も焼きそばの「華炒麺（ハナチャオメン）」「新中華街」でラーメン2品を発売した。ラーメンのレンジ対応はキンレイが先駆けだが、日清食品の参入により、他社の対応が注目される。

和風のそば・うどんは9品で麺類の23%（同33%）を占めた。

スナック・デザートは25品で新商品の19%（同18%）と構成比を上げた。スナックの増加は昨年春から続く傾向。当季はパンの品揃えがテーブルマーク6品、日本ハム3品と豊富だったことが影響した。味の素冷凍食品とニチレイフーズを含めた4社の冷凍パンが今後、新たなカテゴリーを作っていけるかが業界最大の注目点となる。

新提案としてはニチレイフーズの「蔵王カップグラタン」がある。ミニサイズで朝食シーンへの導入を狙う。

米飯類は6品で4.5%（同7%）と縮小した。しばらく低迷が続いていたが、震災を機に回復に転じているカテゴリー。アクリフーズが2品と意欲的、日清食品冷凍も常温品のブランド力を生かす「カップヌードルごはん」で新規参入した。日本製粉も春に引き続き和風メニューを発売した。



冷凍パンの定着に期待

◎ 資料—2011年(1～12月)の年間冷凍野菜輸入通関実績①

品 名	国 名	12月分				1～12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	kg 1,160,422	千円 117,747	% 99.5	円 101	kg 12,086,484	千円 1,354,505	% 119.2
	ベ ト ナ ム	24,720	3,917	3961.5	158	268,984	36,818	210.4
	タ イ	2,792	2,004	349.0	718	49,440	35,580	258.9
	マ レ ー シ ア	-	-	-	-	5,037	4,073	皆増
	イ ン ド ネ シ ア	6,030	4,809	180.2	798	23,114	18,920	209.0
	オ ラ ン ダ	4,478	335	24.8	75	91,168	8,379	78.3
	ベ ル ギ ー	1,165,341	110,575	58.7	95	15,294,635	1,659,454	100.0
	フ ラ ン ス	57,225	8,320	130.7	145	1,073,220	106,219	203.3
	ド イ ツ	445,453	42,333	151.0	95	2,361,725	252,225	100.8
	ス イ ス	1,620	532	皆増	328	1,620	532	75.0
	イ タ リ ア	10,540	1,848	皆増	175	142,346	25,893	74.7
	カ ナ ダ	2,750,536	282,939	100.3	103	34,480,731	3,534,503	113.2
	米 国	29,380,200	3,069,621	112.4	104	289,411,545	29,429,192	102.5
	コ ロ ン ビ ア	43,500	10,755	136.5	247	355,290	88,300	202.5
	ペ ル ー	2,064	360	皆増	174	5,552	1,038	皆増
	エ ジ プ ト	48,000	3,842	200.0	80	1,041,710	91,004	59.1
	ニュージーランド	478,482	48,545	157.8	101	4,509,028	444,709	111.8
	小 計	35,581,403	3,708,482	108.6	104	361,201,629	37,091,344	104.0
	(前 年 計)	32,755,013	3,327,296	114.0	102	347,445,314	37,463,698	108.6
ホウレン草	中 国	3,161,568	397,529	101.9	126	28,150,787	3,401,794	120.2
	台 湾	169,473	23,188	398.9	137	2,351,198	337,516	143.0
	ベ ト ナ ム	37,200	4,618	116.3	124	1,601,978	206,424	108.0
	タ イ	-	-	-	-	250,840	40,013	109.8
	イ ン ド ネ シ ア	-	-	0.0	-	900,957	117,779	341.1
	ベ ル ギ ー	-	-	-	-	14,420	1,706	180.3
	フ ラ ン ス	-	-	-	-	12,754	2,152	160.4
	イ タ リ ア	-	-	-	-	8,730	1,783	75.4
	チ リ	-	-	0.0	-	151,140	26,226	529.4
	小 計	3,368,241	425,335	104.6	126	33,442,804	4,135,393	123.5
	(前 年 計)	3,220,916	376,472	141.6	117	27,088,254	3,225,979	122.7
コ ー ン	中 国	199,330	21,200	163.1	106	1,496,706	154,316	93.0
	台 湾	-	-	0.0	-	320,866	39,180	93.5
	ベ ト ナ ム	4,500	2,246	皆増	499	25,384	5,439	34.2
	タ イ	498,852	54,014	118.5	108	7,869,755	856,516	125.5
	イ ン ド	11,088	985	皆増	89	33,281	2,853	皆増
	米 国	3,071,991	368,715	137.6	120	31,541,524	3,767,316	108.8
	ペ ル ー	3,723	1,052	皆増	283	7,889	2,216	76.6
	ニュージーランド	466,889	54,830	114.8	117	5,562,687	692,082	108.6
	小 計	4,256,373	503,042	132.2	118	46,858,092	5,519,918	110.5
	(前 年 計)	3,219,762	386,346	82.2	120	42,419,866	5,562,288	98.3
ブロッコリー	中 国	2,159,060	274,816	99.3	127	18,470,733	2,354,384	117.5
	台 湾	-	-	0.0	-	26,061	4,297	178.4
	タ イ	21,617	4,097	576.5	190	172,223	33,538	121.6
	ス ペ イ ン	6,480	777	皆増	120	6,480	777	86.4
	メ キ シ コ	122,678	19,183	64.9	156	1,830,494	303,599	98.4
	グ ア テ マ ラ	14,000	2,384	23.6	170	636,057	105,193	103.2
	エ ク ア ド ル	1,033,797	171,715	161.1	166	10,217,606	1,695,352	124.5
	小 計	3,357,632	472,972	109.3	141	31,359,654	4,497,140	118.0
	(前 年 計)	3,072,916	428,891	146.9	140	26,577,318	3,857,690	115.0

(注)金額はCIF価格(保険料・運賃込み価格)

(次号へ続く)