

低温食品業界をリードする情報誌

日刊速報

冷食タイムズ



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

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)

2023年(令和5年)

11月24日(金)第9040号

ケンコーマヨネーズ、上期売上げ過去最高

ケンコーマヨネーズ(島本一国一社長)の4~9月の第2四半期連結業績は増収大幅増益となった。売上高は7.4%増437億6300万円。ファストフード向け商品などの売上げ拡大、価格改定の浸透等により上期の売上高は過去最高を更新した。

価格改定が主な増益要因となった。

営業利益26.2%増7億8200万円、経常利益31.8%増8億4700万円、純利益12.4%増5億4200万円。

販路別の売上高構成比は外食29%、量販店28%、CVS22%、パン12%、給食4%、その他。外食、量販、パン、その他が伸びた。

商品別売上高は、マヨネーズ・ドレッシング類17.7%増136億5400万円、タマゴ加工品16.9%減89億5100万円、サラダ・惣菜類25.2%増108億8800万円、その他23.7%増7億2500万円、惣菜関連事業等5.6%増90億9000万円、サラダカフェ7.5%減4億5300万円。



島本社長

人手不足で冷凍ポテトの引き合い増

「その他」の伸長率が最も高かった。その他のうち、冷凍畜肉製品や冷凍ポテトの引き合いが増えた。

島本社長は「外食や給食、介護施設などで冷凍ポテト等を活用し、調理現場の人手不足を解消する動きがある」と22日補足説明した。

植物性原料商品の開発等が下期のポイント

島本社長は今期の重点課題として①価格改定の浸透②商品統廃合の実施③徹底した効率化(生産効率の改善、集約生産、管理コストの削減)を挙げ、「利益確保が最優先課題」と示した。

さらに「タマゴ加工品の拡販」や「植物性原料を使用した商品開発・販売」を下期のポイントに挙げた。

通期の連結業績予想は売上高6.1%増874億円、営業利益12億2000万円、経常利益667.8%増13億円、純利益17.4%増5億7000万円。

- 双日、ベトナム最大手業務用卸M & A 2
- 日給連、男性機能改善策など学ぶ 2
- ニチレイF奥村剛飛マーケティング部長講演
- めざすのは「おいしく健康」 3
- 日清製粉G、ジブリ美術館企画展に協賛 3
- ピアット今期課題「変える勇気と覚悟」 4
- ドイツANUGA展、日本産冷食も提案 4
- 日本テトラパック、包装資材値上げ 4

缶詰業界/全給協・外食協/F C協の新年会... 4

業界人脈

(6492)

日清食品冷凍(株)

マーケティング部長

いしかわ かずゆき
石川 和之 氏 4

双日、ベトナム最大手業務用卸M & A

双日は双日アジア、双日ベトナムと共同で、ベトナムの最大手業務用食品卸のダイタン・ビエット・ジョイントストックカンパニー(=NEW VIET DAIRY、ホーチミン市、江口信也代表)の全株式を取得したと22日公表した。双日はベトナムで「NEW VIET DAIRY」ブランドの乳製品原料・業務用食品卸売事業を展開し、食品製造、小売り、中高級ホテル、飲食店を網羅する総合食品卸の形成をめざす。

NEW VIET DAIRYは業務用食品とフードサービス事業、乳原料の領域で事業を展開する輸



NEW VIET DAIRYの専用コンテナ

入卸業事業者。2022年の売上高は約370億円。ベトナムの食品輸入事業者として唯一、セキュリティ管理と法令遵守体制が整備された事業者として税関からAEO(Authorized Economic Operator)制度の承認・認定を受けており、通関の手続きが迅速にできる。

NEW VIET DAIRYの買収により、同社の連結子会社で小売店向け消費財卸大手のフントゥイ・マニユファクチャーサービス・トレーディングコーポレーションと共に、個人経営の小売店や量販店から、中高級ホテルや飲食店までを網羅する総合食品卸を形成し、両社の顧客網を生かした販路拡大を図る考え。

6000の中高級ホテルや飲食店が顧客

ベトナムの外食市場は、デリバリーと店内飲食の両面で需要が急増しており、成長が期待される。NEW VIET DAIRYの業務用食品事業とフードサービス事業は国内外サプライヤー約100社2000品目を取り扱い、約6000の中高級ホテルや飲食店を顧客に持つ。

食生活の多様化により需要が増加している輸入牛肉やチーズなどの取扱量はトップクラス。取扱い商品の多くを自社工場で加工・製

造し、全国に流通している。さらに販売を強化する方針。

フードサービス事業では顧客に対し、取扱い商品を活用したレシピ開発をはじめ、コンサルティングサービスを提供している。

マリンフーズ系企業の水産加工品も販売

双日子会社のマリンフーズのグループ企業「MFベトナム」が取り扱う水産加工品をNEW VIET DAIRYの販売網を通じて販促するなど、双日はグループ各事業との相乗効果の創出によりバリューチェーンを強化する。

ベトナムは双日にとって重要市場の1つ。近年、経済成長による生活者の購買力向上にともない、スーパーマーケットやコンビニエンスストアといった近代的な小売り業態が急速に発展していることから、製造・物流・小売りのバリューチェーン構築を進めている。

日給連、男性機能改善策など学ぶ

日本給食品連合会(中込武文会長)は懇親会を21日都内で開いた。中込会長は集まった理事、NKR事業委員と特別会員メーカートップに対し「メーカーの業績回復の何%かは、当会の貢献がある」と指摘した。

懇親会に先立って実施した講演会で学んだ男の更年期障害対策、男性機能の改善策などを改めて例示し「大学など研究機関とメーカー、我々卸が連携して共同商品開発などに結びつけるのも一案」と提案した。



中込会長

来賓の農水省食品流通課・蔵谷恵大課長は学校給食の意義深さなどを指摘。給食好きに育った中2の娘のことなども紹介した。

特別会員顧問の高宮満キューピー社長は人口減とともに進む給食喫食者の減少に懸念を示し「(講演で紹介された)亜鉛入り食品の開発普及を進め、人口増につなげたい」とユーモア混じりで語り、乾杯。

参加者間の情報交流を進めた。

中締めに入った特別会員顧問のテーブルマーク吉岡清史社長は、講演で学んだ内容の奥深さ、医学的意義などを強調。最後に自身が12月末で社長を退任することを説明。日給連の発展を祈念し締めた。

ニチレイF奥村剛飛マーケティング部長講演

めざすのは「おいしく健康」

ニチレイフーズの奥村剛飛マーケティング部長はMCEI東京支部が21日都内で開催した定例研究会で講演した。「おいしく食べながら健康になれる価値を提供する」ことをめざしていると伝えた。要旨は次の通り。

「食品にはレディトゥイート（そのまま食べる）、ヒート（加熱して食べる）、クック（調理して食べる）、プリペア（下ごしらえ済み）がある。温度帯で見ると、常温であればレトルト食品は加熱して食べるくらいしかできないが、冷凍温度帯ですべてカバーできる。そのまま食べるのであれば自然解凍のおやつ。下ごしらえ済みであれば冷凍野菜。これが冷凍食品の良いところ。

当社は毎日の食事の中で、おいしく食べながら健康になれる価値を提供しようと考えている。食べ物のおいしさを求める本能的欲求と、栄養を摂りたい、体型を維持したいという理性に基づく欲求が両立できることをねらっている。来春の新商品で新しいコンセプトの一端が披露できると思う。

上位概念として社内で『FoodJoy Equity』というステートメントを掲げた。FoodJoyは冷凍食品のおいしさと楽しさ。Equityは公平、分かち合える。食べる人にとっては『おいしく健康』。今まで我慢していたけど、おいしく健康になれるという価値を分かち合う。作る人にとっては時短につながり、ゆとりを生み出すことにつながる」。

過去の失敗事例も紹介

奥村部長は1997年に発売した具材とたれをセットにし、フライパンで調理する商品や、トレー入りの和風ごはん、おむすび、小容量のカップ入りご飯など、過去に商品化した中で販売が芳しくなかった事例にも言及した。

「今、発売したらはまっていたかもしれない。当社は物事の価値観を相対化する会社のため、こういう商品を作ったら面白いのではないか、ということできざまな商品に取り組むことができる空気があった」。

MCEIはMarketing Communications Exe



奥村部長

cutive Internationalの略。1954年、ニューヨークでセールスプロモーションの実務家が集まり、当時まだ体系化されていなかったノウハウの交流を始めた組織に端を発する。MCEI東京支部は69年創設。非営利のマーケティング研究組織として会員のボランティアで運営している。ニチレイフーズ以外にさまざまな業種業態の企業が法人会員として名を連ねている。

日清製粉G、ジブリ美術館企画展に協賛

日清製粉グループは（公財）徳間記念アニメーション文化財団運営の東京三鷹の森ジブリ美術館で18日から始まった企画展示『君たちはどう生きるか』展に協賛している。

日清製粉グループ本社の安達令子執行役員総務本部広報部長は17日の内覧会に登壇し、自身が本作を見て心を震わされた体験を交えながら「来場するお客さまが絵の力をエネルギーや滋養にして軽い足取りで帰ったり、そのまま映画館に向かったりするのはないかと想像すると大変楽しみ」と協賛社を代表して挨拶した。

内覧会にはスタジオジブリの宮崎吾朗監督も参加し、企画趣旨を説明した。

日清製粉グループ本社は2008年3月から世界の良質なアニメーション作品を広く日本人々に紹介する「三鷹の森ジブリ美術館ライブラリー」事業への協賛を実施した。11年6月からは特定の作品や作家、スタジオ等に焦点を当てたテーマで毎年企画される「三鷹の森ジブリ美術館企画展示」に特別協賛を開始し、14年5月からはより発展的な取り組みとして同美術館の活動全般に対する協賛を継続している。

『君たちはどう生きるか』展は3部からなる企画展。2024年5月まで開催している第1部は「イメージボード編」と題し、スタジオジブリの宮崎駿監督直筆の作品構想段階のイラストを展示している。第2部のレイアウト編は24年5～11月、第3部の背景美術編は24年11月～25年5月の開催を予定している。

宮崎駿監督直筆のイラスト
©Museo d' Arte Ghibli
©Studio Ghibli

ピアット今期課題「変える勇気と覚悟」

学校給食を主力とする業務用卸、ピアット（埼玉県戸田市）は今期（第43期）の経営推進課題を「自分を変える 勇気と覚悟」と設定した。全社員から160点の応募の中から選んだ。毎週の朝礼で社員が唱和して確認している。

埼玉県うらわ市内でこのほど開いた事業報告・計画発表会で諏訪義彦副社長が仕入先トップに説明した。今期の課題は同社商品部業務課の寺島博義氏が提案したテーマ。

年度経営課題のほかに、月～金曜日までの週課題も決めている。

ドイツANUGA展、日本産冷食も提案

ドイツのケルン市で欧州最大級の食品関連見本市「ANUGA」が先月開催され、118カ国・地域から7850社が出展、200カ国・地域から約14万人が訪れた。

健康志向の高まり、円安などの情勢変化に伴い欧州では日本食に関心が高まっている。ジェトロはジャパンパビリオンを開設し、過去最大の80社以上（共同出店含む）が参加。単独出展を含めると日本からは100社以上が参加した。

ジャパンパビリオン内外でジェトロが食品関係団体、自治体などと連携し、日本産のアルコール・飲料、水産品を含む冷凍食品、調味料、コメ関連、畜産など多様な商材を提案した。バイヤーとの商談も後押しした。

フランクフルト市内で展開する日本食レストランSAKURAの田村隆之バイヤーもおにぎりに使用する日本産米を求めて全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会ブースを訪れ、商談した。

千田みずほ、東洋ライス、名古屋食糧、木徳商事などが提案。エスビー食品とハウス食品、ハチ食品の共同ブースでは日本産米を使った日本産カレーライスを来場者に配り、好評だった。

初日開催したプロモーションイベント「ジャパン・ナイト」では北海道産ホタテを使った創作料理などを現地関係者に提供した。

ジェトロのベルリン事務所が伝えている。

日本テトラパック、包装資材値上げ

日本テトラパックは包装資材の基本価格を来年4月1日から5～13%値上げすると20日

発表した。環境負荷の低い紙素材への変換が加速しているのと、液体用紙容器向け原紙の供給減が重なり、原紙価格が継続して高騰しているため、という。

缶詰業界新年会、1月11日経団連会館で

（公財）日本缶詰びん詰レトルト食品協会など缶詰業界関連8団体は新年合同賀詞交歓会を1月11日午後4時から、東京大手町の経団連会館国際会議場で開く。5時閉会。

主催団体は缶びんレト協会のほか、（一社）日本加工食品卸協会、日本製缶協会、（一財）食品環境検査協会、日本鮪缶詰輸出水産業組合、日本水産缶詰輸出水産業組合、日本蜜柑缶詰工業組合、日本ジャム工業組合。

全給協・外食協新年会12日高プリで

全国給食事業協同組合連合会（中島正二会長）と（一社）日本外食流通協会（小田英三会長）は合同賀詞交歓会を1月12日午後4時から、東京品川のグランドプリンスホテル高輪で開く。

両団体加盟業務用卸と取引先メーカー、行政、関係団体らが集まる。

FC協賀詞交歓会、1月12日芝公園で

（一社）日本フランチャイズチェーン協会は「2024年賀詞交歓会」を東京芝公園のザ・プリンス パークタワー東京で1月12日17時30分～19時開催する。会費は無料。

業界人脈

(6492)

日清食品冷凍(株)

マーケティング部長

石川 和之 氏

食品メーカー2社を経て2014年入社。プロダクトマネージャーとして和風麺、米飯、パスタを担当。19年マーケティング部次長、今年9月11日付で現職。昭和49年9月29日生まれ、49歳。埼玉県出身。青山学院大学文学部フランス文学科卒。フランス語、英語、トルコ語などを操る。日本ソムリエ協会ワインエキスパート。

第4回冷食WEBセミナーのご案内

冷凍サブスクリプションサービスの可能性に挑む

老舗百貨店とスタートアップ企業・団体が対論

ライブ配信 2月14日(水) 14:00~15:30 / アーカイブ配信も実施

☆申し込みは [水産タイムズ社ホームページ](#) からお願いします

議題 ①老舗百貨店のデジタルトランスフォーメーション(DX)推進②冷凍食品で活路を拓く③NHKでも話題の大丸松坂屋百貨店の冷凍サブスク「ラクリッチ」④ラクリッチを具現化したコンサルティング会社“えだまめ”⑤えだまめの冷凍食品コンセプトづくり、ストーリー開発⑥コールドチェーン構築と安全性の確保⑦サブスクリプション(月・年単位で定期的に料金払い利用するコンテンツやサービス)の可能性と課題⑧フローズンエコノミー協会がもたらすオープンイノベーション⑨イノベーションの具体例⑩新発想で新たな需要開拓に取り組む(以上、予定)

[講師ご紹介(順不同)]

(株)大丸松坂屋百貨店 経営戦略本部DX推進部 専任部長
岡崎 路易(おかざき・るい)氏



2018年、大手IT企業へ入社。2020年、(株)大丸松坂屋百貨店へ再入社。DX推進部部長として新規事業開発・既存事業DXに取り組む。インフルエンサー事業、冷凍サブスク事業ラクリッチ、メタバースアバター販売事業では、ハンズオンで事業運営に携わっている。1981年7月3日生まれ、42歳。大阪府出身。神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了。



(株)えだまめ 代表取締役
成田 博之(なりた・ひろゆき)氏

2015年に冷凍技術・冷凍ビジネスに特化した日本唯一のコンサルティング会社、株式会社えだまめを創業し代表取締役に就任。冷凍食品を開発したい大企業やスタートアップ、冷凍技術を活用して産業振興を行いたい行政などがクライアント。1985年3月15日生まれ、38歳。兵庫県出身。一橋大学商学部卒。

(一社)フローズンエコノミー協会 代表理事
山口 翔(やまぐち・しょう)氏

2020年8月より(株)パンフォーユー取締役に就任。個人向けパンスク事業のほか、PR・マーケティング・事業開発・システム開発などを担当。2022年10月より高真空の特許技術を保有する(株)インターホールディングスに正式に参画し、取締役就任。2022年5月、一般社団法人フローズンエコノミー協会を設立、代表理事に就任。1987年4月1日生まれ、36歳。兵庫県出身、神戸大学工学部卒。



実施日時 ライブ配信 2024年2月14日(水) 14:00~15:30
アーカイブ配信(見逃し配信) 2月19日(月) 10時~約1カ月間

受講方法 WEB配信(Vimeo)

聴講料金 1人7700円(税込み) 申込み締切2024年2月12日(月)