



Special Talk 対談 “あの人と60分”

参議院議員 元農林水産大臣

(一社)日本惣菜協会 会長 (株)ヒライ 代表取締役社長

林 芳正氏 × 平井 浩一郎氏

特集 「食品衛生法の改正について」



一般社団法人 日本惣菜協会 正会員名簿

北海道

- 株式会社 コーアファーム
- 株式会社 彩香
- 株式会社 ダイエットクック白老
- 株式会社 大果
- 株式会社 玉よし
- だるま食品(株)
- 株式会社 弁釜
- 北海道フード(株)
- 株式会社 美奈味
- ライラック・フーズ(株)
- 株式会社 ラルス

青森県

- 株式会社 あおもりコープフーズ
- かがや食品(株)
- 株式会社 サンカツ
- 株式会社 青和食品

岩手県

- 株式会社 兼平製麺所
- 株式会社 ハローワーク
- 株式会社 富士商会
- 株式会社 マーマ食品
- マジックパール(株)

宮城県

- 株式会社 海祥
- 株式会社 佐市
- 株式会社 サトー食肉サービス
- シンプヤ食品(株)
- 株式会社 仙水フーズ
- 株式会社 だいたく製麺
- (一社)みやぎ保健企画

秋田県

- 株式会社 秋田ごはん工場

山形県

- 株式会社 松川弁当店
- 株式会社 ミールサービス

福島県

- 内池醸造(株)
- 株式会社 グリーンフーズよしだ
- 株式会社 デリアン・クオリティー
- 株式会社 美女来
- 株式会社 フォーシーズンファクトリ

茨城県

- 株式会社 大蔵
- 株式会社 カスミ
- 株式会社 せき
- 株式会社 天土

栃木県

- 株式会社 小野口商店

群馬県

- 株式会社 クリハラ
- 株式会社 田村屋
- 株式会社 みまつ食品
- 株式会社 モリヨシ(株)

埼玉県

- アーリーフーズ(株)
- 株式会社 アイソニーフーズ
- 株式会社 アイフーズ
- 株式会社 関東ダイエツククック
- 株式会社 クリタエイムデリカ
- 株式会社 コープデリフーズ
- 株式会社 戸田フーズ(株)
- 株式会社 ビックルスコーポレーション
- 株式会社 福島食品
- 株式会社 ベルク
- 株式会社 豊彩
- マルコーフーズ(株)
- 株式会社 武蔵野
- 株式会社 ヤオコー

千葉県

- 青柳食品(株)
- 株式会社 エス・デリカファクトリー
- 株式会社 神田乾物
- 株式会社 グローバルフーズ
- タイハイ(株)
- 株式会社 テリヤス・クック(株)
- 株式会社 虎屋産業(株)
- 株式会社 日本サラダ(株)
- 株式会社 フジフーズ(株)
- 株式会社 フレッシュ食品(株)
- 万星食品(株)

東京都

- 株式会社 若しば企画サービス
- 相産産業(株)
- 株式会社 アグリゲート
- 株式会社 いなげや
- 株式会社 エスエムアイ
- 株式会社 エムアイフードスタイル
- 株式会社 オージーフーズ
- 株式会社 大島園
- 株式会社 大谷政吉商店
- 同常商事(株)
- 株式会社 オリジン東秀(株)
- 株式会社 韓国広場
- キトクフーズ(株)
- 株式会社 給食センター富貴
- 株式会社 合食 東京本社
- 株式会社 サンデリカ
- 株式会社 ジェイアール東海パッセンジャーズ
- 湘南食品(株)
- 株式会社 知床館
- シントミフーズ(株)
- 株式会社 隆隆
- 株式会社 玉吉
- 中央魚類(株)
- 株式会社 ちよだ館
- 株式会社 チルディー
- 株式会社 佃浅商店
- デリア食品(株)
- 堂本食品(株)
- 東立商事(株)
- 株式会社 仲野水産

石川県

- イケウチ(株)
- 株式会社 一膳
- 株式会社 ユノ気給食センター
- カナカン(株)
- 株式会社 クオリティランチ
- 株式会社 スギヨ
- 大生食品工業(株)
- 株式会社 八幡
- 株式会社 大和

福井県

- 株式会社 大津屋
- 福井県民生活協同組合
- フレック食品工業(株)

山梨県

- 株式会社 オギノ
- 株式会社 シミズフレッシュデリカ
- 株式会社 富士土産
- 株式会社 まもかーる

長野県

- 信越明星(株)
- 株式会社 フレッシュベジ加工
- 株式会社 本郷鶏肉
- 株式会社 みずぎコーポレーション

岐阜県

- 株式会社 伊藤食品
- 株式会社 鶴舞屋
- カネハチ(有)
- 株式会社 河合寿司
- 中部フーズ(株)
- 株式会社 テリカサイト
- 株式会社 ながもり 米野工場
- カネギ東海フーズ(株)
- 株式会社 こめやフードサービス
- 株式会社 タカラ・エムシー
- 株式会社 はまちゅう
- 株式会社 マックスバリュ東海(株)
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社 ヤマザキ
- 株式会社 ユシケイ開発(株)

静岡県

- 株式会社 イトウ食品(株)
- 株式会社 右大臣
- カネハツ食品(株)
- カネ美食品(株)
- 株式会社 後藤食品
- 株式会社 塩義
- 株式会社 シバタ
- 株式会社 松寿
- 株式会社 新川食品
- セントラル製麺(株)
- 株式会社 だるま
- ドミーデリカ(株)
- 株式会社 中日本ハイウェイ・リテール名古屋(株)
- 株式会社 フジデリカ
- 株式会社 フルクス東海
- 株式会社 プリムイソベン(株)
- 株式会社 まつおか
- 株式会社 まつかわ
- 株式会社 松屋栄食品本舗
- 株式会社 水上食品
- 株式会社 ミノカン
- 株式会社 ミノヤランチサービス
- 株式会社 ヤマナカ

愛知県

- 株式会社 イチビキ
- 株式会社 いたう食品(株)
- 株式会社 右大臣
- カネハツ食品(株)
- カネ美食品(株)
- 株式会社 後藤食品
- 株式会社 塩義
- 株式会社 シバタ
- 株式会社 松寿
- 株式会社 新川食品
- セントラル製麺(株)
- 株式会社 だるま
- ドミーデリカ(株)
- 株式会社 中日本ハイウェイ・リテール名古屋(株)
- 株式会社 フジデリカ
- 株式会社 フルクス東海
- 株式会社 プリムイソベン(株)
- 株式会社 まつおか
- 株式会社 まつかわ
- 株式会社 松屋栄食品本舗
- 株式会社 水上食品
- 株式会社 ミノカン
- 株式会社 ミノヤランチサービス
- 株式会社 ヤマナカ

新潟県

- 有石倉製麺所
- 株式会社 ウオロク
- 株式会社 木村食品
- 株式会社 クックライフ
- サトウ産業(株)
- 株式会社 佐藤食肉
- 株式会社 サンキューオールジャパン
- 株式会社 三幸
- タカノ食品(株)
- 株式会社 ハイブリー
- 原信ナルスオペレーションサービス(株)
- 株式会社 ひまわり食品
- 株式会社 マツイフーズ
- 有みみやけ食品 新潟営業所

富山県

- アイディック(株)
- 有)アベニュー
- 株式会社 アルデジャパン
- 有)こでら
- 株式会社 三和製玉
- 株式会社 竹勤
- 株式会社 つかもと
- 株式会社 中田食品
- 株式会社 ナプロス
- 株式会社 菱富食品工業(株)
- 株式会社 フードシステム
- 株式会社 フクシヨク
- 株式会社 北陸ミート(株)
- 株式会社 ユーキフーズ

石川県

- イケウチ(株)
- 株式会社 一膳
- 株式会社 ユノ気給食センター
- カナカン(株)
- 株式会社 クオリティランチ
- 株式会社 スギヨ
- 大生食品工業(株)
- 株式会社 八幡
- 株式会社 大和

福井県

- 株式会社 大津屋
- 福井県民生活協同組合
- フレック食品工業(株)

山梨県

- 株式会社 オギノ
- 株式会社 シミズフレッシュデリカ
- 株式会社 富士土産
- 株式会社 まもかーる

長野県

- 信越明星(株)
- 株式会社 フレッシュベジ加工
- 株式会社 本郷鶏肉
- 株式会社 みずぎコーポレーション

岐阜県

- 株式会社 伊藤食品
- 株式会社 鶴舞屋
- カネハチ(有)
- 株式会社 河合寿司
- 中部フーズ(株)
- 株式会社 テリカサイト
- 株式会社 ながもり 米野工場
- カネギ東海フーズ(株)
- 株式会社 こめやフードサービス
- 株式会社 タカラ・エムシー
- 株式会社 はまちゅう
- 株式会社 マックスバリュ東海(株)
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社 ヤマザキ
- 株式会社 ユシケイ開発(株)

静岡県

- 株式会社 イトウ食品(株)
- 株式会社 右大臣
- カネハツ食品(株)
- カネ美食品(株)
- 株式会社 後藤食品
- 株式会社 塩義
- 株式会社 シバタ
- 株式会社 松寿
- 株式会社 新川食品
- セントラル製麺(株)
- 株式会社 だるま
- ドミーデリカ(株)
- 株式会社 中日本ハイウェイ・リテール名古屋(株)
- 株式会社 フジデリカ
- 株式会社 フルクス東海
- 株式会社 プリムイソベン(株)
- 株式会社 まつおか
- 株式会社 まつかわ
- 株式会社 松屋栄食品本舗
- 株式会社 水上食品
- 株式会社 ミノカン
- 株式会社 ミノヤランチサービス
- 株式会社 ヤマナカ

愛知県

- 株式会社 イチビキ
- 株式会社 いたう食品(株)
- 株式会社 右大臣
- カネハツ食品(株)
- カネ美食品(株)
- 株式会社 後藤食品
- 株式会社 塩義
- 株式会社 シバタ
- 株式会社 松寿
- 株式会社 新川食品
- セントラル製麺(株)
- 株式会社 だるま
- ドミーデリカ(株)
- 株式会社 中日本ハイウェイ・リテール名古屋(株)
- 株式会社 フジデリカ
- 株式会社 フルクス東海
- 株式会社 プリムイソベン(株)
- 株式会社 まつおか
- 株式会社 まつかわ
- 株式会社 松屋栄食品本舗
- 株式会社 水上食品
- 株式会社 ミノカン
- 株式会社 ミノヤランチサービス
- 株式会社 ヤマナカ

新潟県

- 有石倉製麺所
- 株式会社 ウオロク
- 株式会社 木村食品
- 株式会社 クックライフ
- サトウ産業(株)
- 株式会社 佐藤食肉
- 株式会社 サンキューオールジャパン
- 株式会社 三幸
- タカノ食品(株)
- 株式会社 ハイブリー
- 原信ナルスオペレーションサービス(株)
- 株式会社 ひまわり食品
- 株式会社 マツイフーズ
- 有みみやけ食品 新潟営業所

三重県

- 株式会社 ハスフード
- 株式会社 オークエズデリカ(株)
- 株式会社 柿安本店
- 株式会社 三水フーズ
- 三成食品(株)
- 株式会社 デリカ食品(株)
- 丸味食品(株)
- 株式会社 港屋
- 株式会社 ヤマダイ食品(株)

滋賀県

- 株式会社 ベジカフーズ
- 株式会社 ベストーン

京都府

- 角井食品(株)
- 株式会社 関西ダイエツククック
- 株式会社 煌
- さん太食品
- 株式会社 柴常
- 株式会社 Shinmei Delica
- 株式会社 野村佃煮
- 株式会社 ノムラフーズ
- 株式会社 依たん
- 株式会社 珉珉食品(株)
- 株式会社 吉田喜

大阪府

- 株式会社 アドバンス
- 株式会社 いいなダイニング
- 株式会社 泉乃井
- 一富士ケータリング(株)
- エスアールジャパン(株)
- 株式会社 MDG
- 合同食品(株)
- ゴールドエック(株)
- 株式会社 崔さんのお店
- 株式会社 セン
- 株式会社 セルビスサービス
- 株式会社 せんにち
- 大起産業(株)
- 株式会社 大つる
- ダイワサミット(株)
- 株式会社 田中食品興業所
- ニコニコのり(株)
- 株式会社 ハークスレイ
- 株式会社 松阪急デリカアイ
- 株式会社 松田食品工業(株)
- 丸大食品(株)
- 株式会社 山福

兵庫県

- 株式会社 明石食品(株)
- 株式会社 ヒライ
- ふくとく(株)
- 有)マツエダフーズ
- 株式会社 明石食品(株)
- 株式会社 ヒライ
- ふくとく(株)
- 有)マツエダフーズ

奈良県

- 株式会社 フルクス
- 三原食品(株)

和歌山県

- 株式会社 藤本食品(株)

鳥取県

- 株式会社 マルテ SF

島根県

- 株式会社 出雲みらいフーズ
- 株式会社 キヌヤ
- 株式会社 大忍

岡山県

- 株式会社 魚宗フーズ
- 三友食品(株)
- 株式会社 つるや
- 株式会社 仁科百貨店
- 株式会社 ハートデリカ
- 株式会社 藤屋
- わかば食品(株)

広島県

- 株式会社 ISE 広島育ち
- 安芸高田アグリフーズ(株)
- 株式会社 イズミ

- 株式会社 門井商店
- 株式会社 ダイエツククックサプライ
- 広島アグリフードサービス(株)
- 広島ヘルスケアフーズ(株)
- 株式会社 マイ・コック
- 株式会社 ゆめデリカ

山口県

- 農水フーズ(株)
- 株式会社 丸久
- ミートセンター杉本畜産(株)
- (福)緑山会

徳島県

- 有)グリーンランド
- 四国化工機(株)
- 株式会社 徳冷
- 株式会社 マル八物産

香川県

- 株式会社 キングフーズ
- 株式会社 フードテック
- 株式会社 藤井食品
- 株式会社 ヨコレイ

愛媛県

- 愛麺(株)
- 株式会社 クック・チャム
- 四国医療サービス(株)
- 日本食研(株)
- 日本食研製造(株)
- 日本食研ホールディングス(株)
- 株式会社 ビージュイ
- 株式会社 フジデリカ・クオリティ

高知県

- 株式会社 アピタ
- 株式会社 サニーマート

福岡県

- 株式会社 イヌイ
- 株式会社 エル三和
- オーケー食品工業(株)
- 株式会社 主計物産
- ケアユー(株) 博多工場
- 株式会社 セイブ
- 株式会社 NAGAI
- 株式会社 はたなか
- 株式会社 不二食
- 株式会社 むすんでひらいて
- 明治産業(株)

佐賀県

- 株式会社 九州ダイエツククック

熊本県

- イケダ食品(株)
- 株式会社 ヒライ
- ふくとく(株)
- 有)マツエダフーズ

大分県

- 株式会社 くらや
- 天然素材(株)
- 株式会社 味里
- 有)もり商事

宮崎県

- (福)キャンパスの会
- 株式会社 永友食品
- 株式会社 マルイチ
- ミツシ(株)

鹿児島県

- 株式会社 マルイ食品(株)
- 明和食品(株)
- 株式会社 山川食品

沖縄県

- アンリッシュ食品工業(株)
- 沖食スイハシ(株)
- 三高水産(株)
- 株式会社 積徳商事
- 株式会社 立川フードサービス
- 株式会社 リウボウフーズ

海外

- NIJIYA MARKET

正会員	352社
賛助会員	218社
協力会員	41社
合計	611社

2020.7.13 現在

関東地方

- 株式会社 大蔵
- 株式会社 カスミ
- 株式会社 せき
- 株式会社 天土
- 株式会社 小野口商店
- 株式会社 クリハラ
- 株式会社 田村屋
- 株式会社 みまつ食品
- 株式会社 モリヨシ(株)
- アーリーフーズ(株)
- 株式会社 アイソニーフーズ
- 株式会社 アイフーズ
- 株式会社 関東ダイエツククック
- 株式会社 クリタエイムデリカ
- 株式会社 コープデリフーズ
- 株式会社 戸田フーズ(株)
- 株式会社 ビックルスコーポレーション
- 株式会社 福島食品
- 株式会社 ベルク
- 株式会社 豊彩
- マルコーフーズ(株)
- 株式会社 武蔵野
- 株式会社 ヤオコー
- 青柳食品(株)
- 株式会社 エス・デリカファクトリー
- 株式会社 神田乾物
- 株式会社 グローバルフーズ
- タイハイ(株)
- 株式会社 テリヤス・クック(株)
- 株式会社 虎屋産業(株)
- 株式会社 日本サラダ(株)
- 株式会社 フジフーズ(株)
- 株式会社 フレッシュ食品(株)
- 万星食品(株)

中部地方

- 有石倉製麺所
- 株式会社 ウオロク
- 株式会社 木村食品
- 株式会社 クックライフ
- サトウ産業(株)
- 株式会社 佐藤食肉
- 株式会社 サンキューオールジャパン
- 株式会社 三幸
- タカノ食品(株)
- 株式会社 ハイブリー
- 原信ナルスオペレーションサービス(株)
- 株式会社 ひまわり食品
- 株式会社 マツイフーズ
- 有みみやけ食品 新潟営業所

中国・四国地方

- 株式会社 ハスフード
- 株式会社 オークエズデリカ(株)
- 株式会社 柿安本店
- 株式会社 三水フーズ
- 三成食品(株)
- 株式会社 デリカ食品(株)
- 丸味食品(株)
- 株式会社 港屋
- 株式会社 ヤマダイ食品(株)
- 株式会社 ベジカフーズ
- 株式会社 ベストーン
- 角井食品(株)
- 株式会社 関西ダイエツククック
- 株式会社 煌
- さん太食品
- 株式会社 柴常
- 株式会社 Shinmei Delica
- 株式会社 野村佃煮
- 株式会社 ノムラフーズ
- 株式会社 依たん
- 株式会社 珉珉食品(株)
- 株式会社 吉田喜
- 株式会社 アドバンス
- 株式会社 いいなダイニング
- 株式会社 泉乃井
- 一富士ケータリング(株)
- エスアールジャパン(株)
- 株式会社 MDG
- 合同食品(株)
- ゴールドエック(株)
- 株式会社 崔さんのお店
- 株式会社 セン
- 株式会社 セルビスサービス
- 株式会社 せんにち
- 大起産業(株)
- 株式会社 大つる
- ダイワサミット(株)
- 株式会社 田中食品興業所
- ニコニコのり(株)
- 株式会社 ハークスレイ
- 株式会社 松阪急デリカアイ
- 株式会社 松田食品工業(株)
- 丸大食品(株)
- 株式会社 山福
- 株式会社 明石食品(株)
- 株式会社 ヒライ
- ふくとく(株)
- 有)マツエダフーズ
- 株式会社 藤本食品(株)
- 株式会社 マルテ SF
- 株式会社 出雲みらいフーズ
- 株式会社 キヌヤ
- 株式会社 大忍
- 株式会社 魚宗フーズ
- 三友食品(株)
- 株式会社 つるや
- 株式会社 仁科百貨店
- 株式会社 ハートデリカ
- 株式会社 藤屋
- わかば食品(株)
- 株式会社 ISE 広島育ち
- 安芸高田アグリフーズ(株)
- 株式会社 イズミ

九州・沖縄地方

- 株式会社 門井商店
- 株式会社 ダイエツククックサプライ
- 広島アグリフードサービス(株)
- 広島ヘルスケアフーズ(株)
- 株式会社 マイ・コック
- 株式会社 ゆめデリカ
- 農水フーズ(株)
- 株式会社 丸久
- ミートセンター杉本畜産(株)
- (福)緑山会
- 有)グリーンランド
- 四国化工機(株)
- 株式会社 徳冷
- 株式会社 マル八物産
- 株式会社 キングフーズ
- 株式会社 フードテック
- 株式会社 藤井食品
- 株式会社 ヨコレイ
- 愛麺(株)
- 株式会社 クック・チャム
- 四国医療サービス(株)
- 日本食研(株)
- 日本食研製造(株)
- 日本食研ホールディングス(株)
- 株式会社 ビージュイ
- 株式会社 フジデリカ・クオリティ
- 株式会社 アピタ
- 株式会社 サニーマート
- 株式会社 イヌイ
- 株式会社 エル三和
- オーケー食品工業(株)
- 株式会社 主計物産
- ケアユー(株) 博多工場
- 株式会社 セイブ
- 株式会社 NAGAI
- 株式会社 はたなか
- 株式会社 不二食
- 株式会社 むすんでひらいて
- 明治産業(株)
- 株式会社 九州ダイエツククック
- イケダ食品(株)
- 株式会社 ヒライ
- ふくとく(株)
- 有)マツエダフーズ
- 株式会社 くらや
- 天然素材(株)
- 株式会社 味里
- 有)もり商事
- (福)キャンパスの会
- 株式会社 永友食品
- 株式会社 マルイチ
- ミツシ(株)
- 株式会社 マルイ食品(株)
- 明和食品(株)
- 株式会社 山川食品
- アンリッシュ食品工業(株)
- 沖食スイハシ(株)
- 三高水産(株)
- 株式会社 積徳商事
- 株式会社 立川フードサービス
- 株式会社 リウボウフーズ
- NIJIYA MARKET

笑顔 イキイキ

Smiling Face

中食・惣菜業界で生き生きと働く人々を応援します！

(株)八幡

すしべん金沢北地区ブロック長
惣菜管理士、デリカアドバイザー

丹羽 俊文さん



人気商品は、ざるそば・ざるラーメン・ナスの煮浸し・だし巻き卵です。すべての基本となるだしには絶対に揺るがないこだわりがあり、八幡の秘伝の味として自家製で守り抜いています。

今までの3倍の笑顔で接客

6月3日から営業を再開しました。「すしべん」といえばバイキングですが、個包装になっても満足いただけるような並べ方や装飾を工夫しながら明るい売場作りをしています。会社は休業補償を満額補償としてくれたので、従業員は他の企業に流れることもありませんでした。マスク着用で笑顔を目でしか伝えられないので、「これまでの3倍の笑顔で接客します」と張り切っています。これからは「withコロナ」対応の店舗作りとして衛生の基本をこれまで以上に徹底していきます。

「笑顔の食ランド・夢ランド」を掲げ、笑顔コミュニケーション拡散中

(株)八幡は、日本海に突出する石川県・能登半島の根元部分に位置する羽咋を拠点として、イートイン・テイクアウト・コンビニを兼ね備えた地元の“台所”と親しまれる路面店「すしべん」を中心に4業態39店舗を展開。グループメッセージに「笑顔の食ランド・夢ランド」を掲げて、笑顔コミュニケーション拡散中。

従業員と会社の強い絆に誇り

私の仕事は、ブロック内7店舗の売場作り・売場確認・在庫調整・生産売上げ計画など店長のサポートと支援です。店長は、経験豊富な先輩がほとんどです。

店長や従業員とは日頃から尊敬の念を抱きながらコミュニケーションを取り、会社の指示が言霊となって響くように率先して行動で示すようにしています。

新型コロナウイルス感染症の拡大で、八幡グループは4月21日から6月2日までの1カ月半にわたり休業しました。休業前から夜の客足は止まり、テイクアウトのみとなって売上げが落ちるのに不安を感じると同時に、接客で感染するのが怖いなどさまざまな懸念の声が上がってきました。

会社の方針は「従業員あつての店

舗」です。レジに透明シートを貼り、お客さま用のアルコール消毒用ボトルを増やし、手洗いのお願いをポスターで周知し、正しい手洗い講習を従業員に行うなど考えられるかぎりお客さまも従業員も安心できる店舗作りを心掛けました。

3月下旬にはマスクが手に入らない状態になり、会社では高額でも必要だからとネットでマスクを補給しました。それでも不足して、会社として従業員にマスク着用を義務付けにできませんでした。社員はマスクを手作りし、わずかに手に入ったマスクを分け合いコロナ禍の中で、会社は従業員を、従業員は会社を思うという姿が至るところで垣間見え、こういう大変な時にこそ会社の思いを届け強い絆で結ばれる関係を築くのが自分の使命だと強く思いました。

jm News 2020.08 Contents

Membership list	02	会員名簿
Smiling Face	03	笑顔イキイキ (株)八幡 丹羽 俊文さん
Special Talk	04	対談“あの人と60分” 林芳正氏×平井浩一郎氏
Trend	08	特集 食品衛生法の改正について
Information	10	協会からのご案内 2020年度「惣菜管理士資格試験」日程
	11	JmHACCP認定工場 中部フーズ(株)
	12	新型コロナウイルス感染症支援策
New Store Information	13	新店舗情報
Japanese Local cuisine	14	発見！郷味 [長野]
World Report	15	海外レポート 惣菜は、世界をめぐる Vol.5 道畑富美
Introduction of new members	16	新入会員紹介
PR	18	わが社のイチ押し
NEWS DIGEST	19	ニュースダイジェスト

コロナ禍の惣菜産業 惣菜ビジネスの見直し、そしてコメ離れを止めよう!



Hayashi Yoshimasa

1961年生まれ。三井物産などを経て参議院議員(山口県選挙区)・当選回数5回。元文部科学大臣・二度の農林水産大臣・経済財政政策担当大臣・防衛大臣。趣味は音楽



Hirai Koichiro

1956年生まれ。ロイヤル・カネ食品勤務を経て、1982年㈱ヒライ入社、1998年5月から現職。(一社)日本惣菜協会に於いては、2005年理事、2008年副会長、2020年5月会長就任。趣味は読書・絵画

参議院議員 元農林水産大臣

(一社)日本惣菜協会 会長/㈱ヒライ 代表取締役社長

林 芳正氏 × 平井 浩一郎氏

新型コロナウイルス感染症は、右肩上がりの惣菜産業に黄色信号を灯しており、2020年度の惣菜市場は初の前年比減も視野に入ってきた。林芳正参議院議員は「コロナ前に戻るには1~2年かかる」として、産業応援事業を国政で推進中。平井浩一郎(一社)日本惣菜協会 会長は「毎日買い物に来ていただく商売は、高齢者には酷なのではないか」と、新たな弁当・惣菜提供の形を実験中。二人はコメ問題にも触れて、日本の食ビジネスについて大いに語った。

農産物輸出 5月は前年比増加、 国は国内旅行推進策も

平井 世界は新型コロナウイルス感染症(以下コロナ)で大変ですが、先生はこれからどういう影響が出ると見えていますか。

林 これから薬やワクチンができます。でも、ワクチンができればコロナ

以前の社会に戻るかということ、経済学者は「心の鍵」と言っていますが、戻るには時間がかかるのですぐには元に戻らないと予測しています。1~2年は戻らないだろうと。航空・観光・エンターテインメント・ライブ関係は一番難しい。農産物の輸出は驚きましたが、5月は去年より増えていました。

平井 まさしく、巣ごもり消費ですよね。皮肉にも、コロナで薄れていた家庭内調理文化が戻ってきました。その

分、サービス業はガタガタですね。(株)ヒライは熊本・福岡・大分・佐賀で展開する弁当・惣菜の直営店約160店を中心に、11社からなるグループ全体で総売上約300億円です。店舗売上げは毎週10%ずつ下がり、4月には前年比60~50%まで下がりました。つぶれるかと思いましたが。4月16日に全国に緊急事態宣言が発令され、外出自粛、買い物も回数を減らすように言われ、消費者もリスクを冒し

創業の父が倒産から学んだ教え、「自己資本比率を高めよ」を実践

平井 創業の父は、倒産の経験から「自己資本比率を徹底的に高めろ」というのが教えでした。内部留保を増やして借金経営体質にはなるなど。今回のコロナで友人たちは金融機関から借り入れをして手元資金を厚くしたと言っていますが、わが社は借入を行わず対応することができました。それができたのも、父の教えを守って自己資本比率を高くする事に務めてきたおかげです。ちなみに現在の弊社の自己資本比率は80%程度です。今回はコロナですが、何かがあった時に騒いでも遅いです。不測の事態に備えて、特に財務体質はしっかりしていないといけません。改めて、父の教えの正しかったことを痛感しています。

林 先代は、私が小学校くらいの時に、今の会社を立ち上げられていますね。

平井 そうです。最初に始めた食料品の卸業が失敗し、再起をかけた商売が現在の会社です。その時、家屋敷も借金のカタにとられ、スッテンテンになりました。その時のことがトラウマになって、借金は怖いと染みついたようです。その父からたたき込まれたことが良かったと思います。

林 それは、平井少年にとっても大変なことでしたね。この数年、税制調査会ではいかに企業の内部留保を使ってもらうかを議論してきました。日本は、リーマンショックや続く世界同時不況による金融危機で貸し渋りや貸しはがしを経験しているの、企業側も守りを厚くしているのは分かります。しかし、せめてBS（貸倒対照表）上の現金分くらいは使ってもらいたいという話で、金融機関にコミットメントライン（銀行融資枠）を設けておけばどうかという議論などをしていましたが、これもコロナで現実味が無くなりました。金利が高ければ運用も経営戦略の一つになりますが、今の金利ではそれなりません。

したが、事業の再構築という点で最高のコンサルタントだと感謝することにしました。我が社の弱点を浮き彫りにされました。

林 そう言えるのはすごいですね。私は3月下旬から外で食事ができない、地元にも帰れないという状況が3カ月続いて、この間、妻が食事を作ってくれました。アルコールもZoom飲み1回くらいです。散歩を1時間するようにならなければ体重も減りました。散歩の動機付けのために、スマホのマップを出しておいしいレストランを目指して歩いて場所を確認するわけです。そこで、テイクアウトをしていると、メインの惣菜として週に3回くらいは買って帰りましたね。

平井 最初はやせ我慢で、コロナに感謝と言っていました。言い続けることで自分にも言い聞かせているところがありました。すぐに社員の残業の見直しなどコスト削減による体質改善に着手しました。ただし、パートさんの契約時間は削らないで進めています。私たちの仕事はパートさんに支えられているので、大変な時こそお互いさまで支え合いたいと思っています。しかし、売上げが60%、50%に落ちているときに、それだけでは追いつきません。そこで、仕事が無ければ、仕事を逆に作れば良いと思いました。直営店舗が150～160店舗あるので、営業社員には外注していた店舗のワックス掛けをしてもらい、派生していた外注料金を売上成績に付けることにしました。同様に資金の外部流出を防ぐように工夫しました。そうしたら、4月はグループ全体で1億円近い赤字だったものが、5月はなんと5,000万円の黒字になりました。すぐに効果が出てびっくりしました。コロナのおかげで「あたりまえ」を見直すチャンスももらいました。

林 コンサルタントを入れるよりよっぽど良かったということですね（笑）。コロナでやらざるを得ないという、ある意味試してみる機会があったということで、ピンチをチャンスにされたわけですね。

てまで毎日弁当を買いには出なくなりました。テイクアウトでこうですから、外食をすることにはもっと強い恐怖心が起きます。こういう消費者心理をコロナで教えてもらいました。

林 外食は対面に透明アクリル板、会計には透明ビニールをつけたり、席を空けたりして対策をとっていますね。自粛解除になって昼は混み始めている店も見受けます。問題は二次会に行くカラオケやクラブですね。星野リゾートの星野佳路社長のインターネット動画を見ていましたら、旅行需要がコロナ以前に戻るまで2年はインバウンド需要5兆円が見込めずマイナス、海外旅行市場2.5兆円は見込めないものの、逆に国内旅行へのシフトが見込まれる。外出の普及化には「心の鍵」が徐々に外れて、旅行は近県旅行、国内旅行から始めて1泊から2泊・3泊と伸びて海外旅行にシフトしていくと予測して、国内旅行対応の準備をしていました。食事はバイキングから個室サービスに、朝食は庭園でピクニック風にと工夫を凝らした改装工事をしているようです。国内旅行をする人の背中を押す施策に国も動いています。

弁当・惣菜を毎日購入いただく商売+新事業発足

平井 これまで、惣菜は強いというマーケットの定説理論でやってきました。しかし、コロナでそうした神話は崩れました。巣ごもりで人との接触は人数・回数ともに減って、食品は冷凍食品・乾燥パスタ・缶詰など保存の利くものが売れました。たまたまコロナでこういう消費現象が起きましたが、これからの高齢社会で、毎日弁当を買いに来て下さいという商売は高齢者に酷なものではないかと以前から思っていました。実は、冷凍食品の会社をM&Aで買収してこの春から冷凍弁当の発売準備をしていたところでした。まだ実験段階ですがよく売れています。最初はコロナを呪いたいくらいで



平井 うちがこうしたことができるのは未上場だからです。株主対策や配当を考えなくていいですからね。考えるのは、会社をどう守るかだけですから。

林 上場は一つの社会的ステータスで、志の高い経営者は上場を目指しました。それが、リーマンショック以降には上場しないという選択肢が見直されてきました。この10年くらい、ずっとあるべき資本主義の姿を議論していますが、日本人の特質もあるので一様に諸外国と比べるわけにもいきません。

平井 アメリカの短期的成果主義は危険ですね。

林 日本がそうならないのは、渋沢栄一のような事業家がいたからです。日本は論語とそろばんの商慣習も根付いていて、それは上場しないほうがやりやすい。立派な経営者がいて、会社の社是や社訓が共有されていると強みが出てきます。日本企業に長続きする会社が多いですね。

平井 私は、税金を納めるのが趣味です。変に思われるかもしれませんが、ややもすると、税金を納めるのがバカラシイと思う経営者が多いようですが、それでは社会にも貢献できませんし、会社も大きくなりません。税金をたくさん払っている会社で働く従業員は、会社を誇りに思ってくれます。事業規模を大きくして内部留保を増やして足腰の強い会社を目指すことが経営者の王道だと思います。

林 企業のスリム化は経理がやることで、経営者は設けないと。

平井 そうです。経営は夢とロマンですよ。

林 松下幸之助さんに通じますね。政経塾の人に聞いたのですが、松下さんは、「私は国のために商売します。儲かった5%を私の手数料でもらっています」と言っていたそうです。所得税や法人税で持っていかれる分も多いので、なるほどなあと思いましたよ。

平井 私は税金を納めることには信念を持っていますので、納得がいかない時はたとえ相手が国でも、徹底的に議論します。以前にこんなエピソードがありました。若手社員をニューヨーク

に5人ずつ視察研修に出していたレポートで一悶着あった時です。研修に出る社員があいさつに来ると「しっかり遊んでこいよ。そのかわり、研修ポイントはしっかり見てきなさい」と言って送り出します。研修後のレポートに楽しかったと書いたものを国税局が見つくて、これは研修費ではない、福利厚生費だというわけです。それで、国税局に談判に行きました。研修生は自分で切符から宿泊も手配して研修工程を作成します。ツアー使用禁止が原則です。帰ってくると、顔付きが変わっていますよ。異国でいい緊張感を味わって、日本では経験できないことをしてきていますのでね。立派な研修です。

林 それはいい研修ですね。若い時の経験は大切です。

コメ離れを止めて多様化した日本の新しい稲作復興を

平井 惣菜産業はこれまで前年を割ることなく伸びてきましたが、今年は、前年を割るのは仕方ないと思っています。ただ、問題は内食の主食が何になっているかというところ、コメ離れが進んでいるんです。その原因の一つとして、米価の5年連続値上げがあります。一方で、小麦はヨーロッパにしてもアメリカにしても関税ゼロ枠が設定されました。同じ量目を食べる価格は、コメはパスタの3倍です。昨年、アメリカとはTPP11協定で小麦のマークアップ（Markup＝輸入差益）を9年目までに45%削減することになりました。欧州連合（EU）とは関税割当枠で無税を設定しています。

国民が内食回帰によって家庭で食事を作るようになって、コメはこの5年で消費者購入価格が40%値上がりしています。食パンは1斤100円そこそこで、一人一食30円です。ご飯はそれより割高です。コメがなんで今まで守られてきたかということ、日本人を飢えさせないため、守られてきまし

た。しかし、資源のない日本でコメだけを守っても他は全て輸入に頼っていて、どれだけの意味があるのかと思います。コメを守っているのにコメ離れが進んでいるということは皮肉な現象です。

林 私が農水大臣になったのは2012年ですが、コメに関しては一反（10a）1万5000円という特別所得補償と生産調整を外して、政府は建前上は米価には関与しないという仕組みにしました。一物一価ではなく、ブランドや生産者との直接取引など多様性ある市場にして多様な生産者に参加してほしいと思います。

平井 年間8,000t使用する私が米価のことを言うと我田引水と取られるかも知れませんが、決して安くコメを買いたくと言っているだけではないのです。本当に農業を大事にするのであれば価格と同じく消費量を増やすことも大事です。生産性を高めて王道で農家を強くしたいと真剣に考えています。消費が減った分を単価に積み上げて農家の総所得を維持するという体制が本当に農家のことを考えているのかと悲しくなります。

林 価格は農林水産省のコントロールから外れていますし、生産数量の配分はJAが自主的にしています。あとは大きなコメ問屋がどこまで市場指向で動けるかだと思います。一番いいのはJAがブレンドしないブランド米を推進して流通が今よりも農家と直接契約栽培をするようになると、今の形が少しずつ変わっていくと思っています。

平井 消費者が主食購入時に何にウエイトを置くかということと質と価格です。コメ市場は低価格の質の悪い米でパン



やパスタと戦おうとしても、それはコメ離れに拍車をかけるという悪循環にあります。私たち惣菜産業はコメの需要をけん引してきたという自負があります。しかし、米価が上がってCVSやスーパーマーケットがどんな対応をしたかという、多くは弁当やおにぎりの量目を減らして商品価格の維持を戦略として取ってきました。米飯類の消費数量は変わらなくても、コメの消費量は減少しています。私は農業が大事だと思うので、いろいろな農家の応援もしていますが、大切にしないといけないのは消費する大衆です。消費者のボリュームと価格ニーズにこたえる商品には、アメリカカリフォルニア州発祥のカルローズ米に質だけでなく、価格も負けないようなものが絶対必要です。使ってみて分かったのですが、カルローズ米は丼、カレーにもとても合います。

林 おいしいですね。アメリカにいたときは、私も食べましたよ。

平井 アメリカのコメは戦略的です。同じ銘柄米でもどんどんおいしく品質を改良しています。日本は現状維持で戦略が見えません。

林 日本人は誰もがコメを主食にしているのでコメに対しては口が肥えていて評価が厳しいです。パンやパスタについては本物の食味と言われてもわからないので、安価でも食味の抵抗は少ないのでしょうか。農機具メーカーのクボタは香港にコメ冷蔵倉庫を建て、そこに玄米を備蓄して注文ごとに精米して届けるというビジネスモデルを作り、クボタ方式と呼ばれているそうです。一番いい等級のコメは日本食レストランに出し、セカンドグレード

のものを中華料理屋のチャーハンなど米飯類向けに出していて、今はセカンドグレードの需要が伸びているそうです。香港モデルができたので、今後はシンガポール・マレーシアに進出するためのマーケティングをしているそうです。ある程度の規模ある農家が生産したコメの需要先を開拓する経営感覚のある生産者が出てくるようにしないといけないですね。

平井 われわれも、ただ使うだけでなく生産もしないとイケないとは思っています。

「意中人あり」 政治家・経営者は常に託す 意中の人を考えておこう

林 仙台市にアイリスオーヤマと舞台ファーム(株)が共同出資して精米事業会社の舞台アグリノベーション(株)を設立、倉庫内全体を15℃で一貫管理する最新鋭のコメ備蓄倉庫を竣工した時に大臣として竣工式に招待されました。革新的だったのは、精米された商品が1合分の四角いサイコロ型でした。お一人様用ですね。自民党の農林水産戦略調査会でスーパーなどコメを販売している現場の声を聞く会を開こうと言ったら、今までやったことがありませんという返事でした。6年前ですけど、とにかく声を聞こうと、成城石井などスーパーや小売りの方に集まってもらいました。そうしたら、ブランド別・生産年別の2合パックなどすでに商品化していました。5キロ・10キロを積んでいるのが当たり前ではありませんでした。他にも貴重な小売りの現状をたくさん聞きました。

平井 何で、今までしなかったのですか。

林 役人はうまくいって当たり前、失敗したら降格です。リスクを取る役回りを期待する組織にはなっていません。私は失敗を恐れずに改革できる組織作りに取り組んだ時もありましたが、うまくいきませんでした。だからこそ、政治家がリスクを取って革新し

ていかなくはないと思います。駄目だったら辞めて責任とれますから。バブル以降、優秀な学生は当時の大蔵省を蹴って外資コンサルタント会社や外資金融企業などに行くようになりました。役所もそういう経験豊かな人たちを途中採用して活躍できる職場に改革したいですね。

平井 ここ数年、日本が劣化しているようで、じくじたる思いをしていますよ。

林 中国の古典に「忙中閑あり」で有名な六中観は6つのことわざから成るのですが、「意中人あり」ということわざがあります。自分の頭の中にはこういう時はこういう人を使おうという人が必ずいるという意味です。私の好きなのは「壺中天あり」で、壺の中に世界があり、自分に何かあったときに世界を持っていると楽しく過ごすことができるという意味です。他に、「腹中書あり」「苦中楽あり」「死中活あり」だったかな。われわれは「意中人あり」は常に考えていないといけないですね。しょせん人です。自分一人で全部はできませんから。

平井 今回のコロナで人財の大切さを実感しました。先生、今日は貴重なお話をありがとうございました。

参議院議員 林芳正 様

コロナ禍、惣菜対談をさせていただきありがとうございました。自粛中の散歩では惣菜を購入されて奥さま孝行をされたとのこと。仲むつまじいご夫婦の姿が垣間見えました。また、省庁の役割と政治家の役割の話は、腑に落ちました。惣菜産業は問題山積です。省庁と政治の支援を仰ぎながら、食のインフラをつなぐ産業として国民の健康堅持の使命をまっとうしたいと思います。林先生が2012年に自由民主党総裁選に出馬して8年。国会で大暴れされることを祈念しております。

平井 浩一郎

環境変化や国際化などに対応して食の安全を確保 食品衛生法の改正について

食品衛生法が食を取り巻く環境変化や国際化などに対応し、食品の安全を確保するために15年ぶりに大幅改正され、2018年6月に公布、内容別に順次施行されている。食の安全のレベルアップや消費者の信頼性向上のために重要な内容であり、改めて確認しておく必要がある。以下、改正のあらまし、施行状況を簡潔に述べるが、改正概要・法令条文の詳細は、厚生労働省HPの「食品衛生法の改正について」や各自治体のHPをご参照いただきたい。(一社)日本惣菜協会 アドバイザー 二瓶 勉

改正のポイント

1. 広域的な食中毒事案への対策強化

施行日：2019年4月1日

2017年夏に、関東を中心に広域的に発生した腸管出血性大腸菌による感染症・食中毒事案における国・自治体間の情報共有の不足等から、効果的調査・早期探知の遅れ・情報発信の不十分さ等の改善が課題とされ、今回の法改正の背景の一つとなっている。

対策の基本として、国や都道府県等が、広域的な食中毒事案の発生・拡大防止等のため、相互に連携や協力を行うとともに、国が関係者で構成する広域連携協議会を設置し、緊急を要する場合には、当該協議会を活用し対応に努めることとしている。

また、次項の「HACCP（ハサップ）に沿った衛生管理の制度化」により、全体的な衛生管理水準の底上げも重要な課題となる。

2. HACCP(ハサップ)に沿った衛生管理の制度化

施行日：2020年6月1日

猶予期間：施行から1年間（2021年5月31日まで）

原則としてすべての食品等事業者には、一般衛生管理に加

え、HACCP に沿った衛生管理の実行が義務付けられることになった。多くの事業者にとっては、このHACCP制度は、今回の法改正の重要な柱といえる。

このHACCP に沿った衛生管理については、コーデックスのガイドラインに基づくHACCP の7原則を要件とする「HACCP に基づく衛生管理」を原則とするが、小規模事業者及び特定の業種については、HACCPの考え方を取り入れた衛生管理に基づく、各事業者団体が作成した手引書を参考に、衛生管理に取り組むことが求められる。

この手引書は、厚生労働省HPの「食品等事業者団体が作成した業種別手引書」のページに掲載されている。

なお、(一社)日本惣菜協会は、HACCP支援法の【国の指定認定機関】であり、惣菜製造工場・カット野菜工場等のHACCPについて、協会HPで紹介している。

(<http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/outline/haccp/>)

3. 特別の注意を必要とする成分などを含む食品による、健康被害情報の収集

施行日：2020年6月1日

いわゆる健康食品の健康被害の相談等の増加等に対応して新設されたもので、健康被害の発生を防止する見地から、厚生労働大臣が定める特別の注意を必要とする成分等（「指定成分等含有食品」）を含む食品による健康被害が発生した場合、事業者から行政への情報の届出が義務付けられた。

【参考】HACCP(ハサップ)について

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) による衛生管理

事業者自らが、食中毒菌汚染等の危害要因をあらかじめ把握（Hazard Analysis）した上で、原材入荷から製品出荷までの全工程の中で、危害要因を除去低減させるために特に重要な工程（Critical Control Point）を管理し、製品の安全性を確保する衛生管理手法。



Codexの7原則

- (原則1) 危害要因の分析
- (原則2) 重要管理点の決定
- (原則3) 管理基準の設定
- (原則4) モニタリング方法の設定
- (原則5) 改善措置の設定
- (原則6) 検証方法の設定
- (原則7) 記録と保存方法の設定

出典：厚生労働省 食品衛生法等の一部を改正する法律の概要 「改正の概要」より

4. 国際整合的な食品用器具・容器包装の衛生規制の整備

施行日：2020年6月1日
経過措置等

※2020年6月1日以前に製造、輸入されたものについては本制度の対象外。

※ポジティブリストでの規格が未整備の物質は、施行日以降5年（2025年5月31日まで）の経過措置が設定されているが、使用が可能な物質は、2020年6月1日以前に製造・輸入されたもので、使用実績のあるものに限定される。

食品用器具・容器包装について、安全性を評価した物質のみ使用可能とするポジティブリスト制度の導入が行われた。食品用の器具や容器包装の安全性の確保、規制の国際化との整合性から制度が設けられ、安全性評価・規格が定められ、安全性が担保された物質以外のものは使用ができなくなる。

なお、ポジティブリスト制度の対象となる材質は、合成樹脂からスタートし、他の材質についても段階的に拡大される予定。

食品事業者が使用する容器包装等がポジティブリストに適合するものと確認できるよう、容器包装等の製造または販売する事業者が、その情報伝達について義務付けられている。

5. 営業許可制度の見直し・営業届出制度の創設

施行日：2021年6月1日

【見直しの要点】

- 食中毒のリスクの高さ、規格基準の設定の有無、過去の食品事故・食中毒の発生状況を踏まえ、営業許可業種について、これまでの政令での34業種を見直して、実態に応じた32業種へ再編された。
- また原則として、1施設1許可となるように、1つの許可業種で取り扱える食品の範囲が拡大された。
- 2021年6月から、業種により手続きが必要になる場合がある。必要に応じて所轄の保健所に相談することがのぞましい。
- HACCPの制度化に伴い、営業許可業種以外の事業者の所在等を把握するための届出制度が創設された。

6. 食品リコール情報の報告制度の創設

施行日：2021年6月1日

消費者の健康被害防止のため、食品リコールを行う場合、行政への届出が義務化される。

届出はシステムに入力する方法となる。

【リコール報告の対象】

- 食品衛生法に違反する食品
- 食品衛生法違反のおそれのある食品

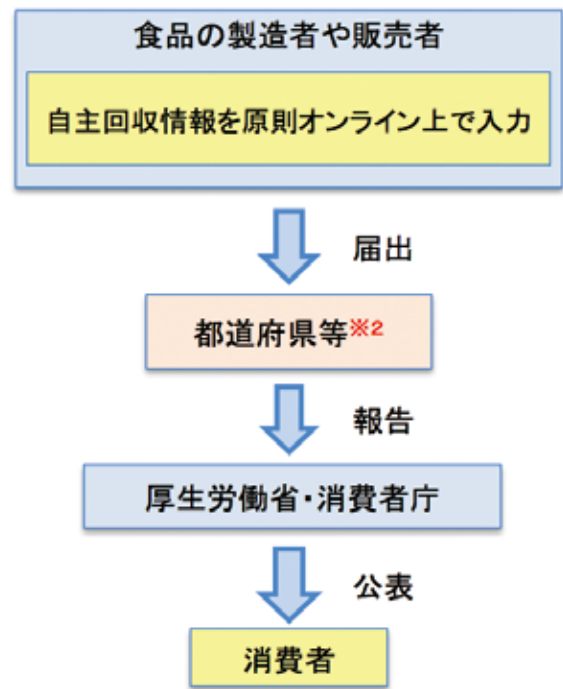
○食品表示法においても届出が義務化された

食品衛生法改正に関連し食品表示法の一部も改正され、食品リコールを行う場合、行政への届出が義務化された。

リコール報告の対象は、食品の安全性に関する食品表示基準に従った表示の欠落や誤表示のもの。

例：アレルギー、消費期限等

<届出から公表までの基本的な流れ>



※2食品表示法については、政令で委任予定

出典：消費者庁「食品リコール届出の義務化に関するリーフレット」より

7. その他

輸入食品の安全性確保のために、食肉や乳製品・水産食品の衛生証明書の添付が輸入要件化された。また、食品の輸出のための衛生証明書発行に関する事務手続きの規定が定められた。

ホームページURL

【(一社)日本惣菜協会】

<http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/outline/haccp/>

【厚生労働省】

<https://www.mhlw.go.jp/content/11131500/000481107.pdf>

【消費者庁】

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_labeling_act/amendment_001/pdf/amendment_001_190122_0002.pdf

2020年度「惣菜管理士資格試験」を下記日程にて実施致します。

試験会場・日時

※2020年より試験時間が90分になりました。

月日	場所	会場	試験開始時間 (受付は開始1時間前より)		
			一級	二級	三級
2020年 8月25日(火)	東京	TOC有明コンベンションホール	午前11:00～	午後2:00～	
	札幌	アスティ45	札幌会場は、全級とも午後2:00～		
	名古屋	名古屋サンスカイルーム	午前11:00～	午後2:00～	
	大阪	グランキューブ大阪	午前11:00～	午後2:00～	
2020年 8月26日(水)	さいたま	JA共済埼玉ビル	午前11:00～	午後2:00～	
	京都	メルバルク京都 ※昨年と会場が変わっています	午前11:00～	午後2:00～	
	広島	広島ガーデンパレス	広島会場は、全級とも午後2:00～		
	香川 ※新設	オークラホテル丸亀	香川会場は、全級とも午後2:00～		
2020年 8月27日(木)	仙台	フォレスト仙台	午前11:00～	午後2:00～	
	金沢	ホテル金沢 ※昨年と会場が変わっています	金沢会場は、全級とも午後2:00～		
	大阪	ツイン21MIDタワー ※昨年と会場が変わっています	午前11:00～	午後2:00～	
	岡山	岡山コンベンションセンター	岡山会場は、全級とも午後2:00～		
	福岡	FFB HALL ※昨年と会場が変わっています	午前11:00～	午後2:00～	

実施にあたっての新型コロナウイルス感染症対策



「惣菜管理士資格試験」実施にあたって、**新型コロナウイルス感染症に感染しない、他人に感染させない**為に以下の対策を取ります。皆さまが安全に受験できるよう、3つの密（密閉・密集・密接）を避けるご協力をお願いいたします。

新型コロナウイルス 協会では

1. 受付・会場内の机・テーブル・ドアノブ等の複数の方が接触する箇所をアルコールでふき取りします。
2. 会場入口等、試験会場にアルコール消毒液を設置します。
3. 係員はマスクと手袋を着用して対応します。
4. 通常より座席間隔を空けます。
5. 会場内の換気を試験中も30分ごとに行います。



事務局 便り

令和2年7月豪雨の被害に遭われた皆様に
心よりお見舞いを申し上げます。

(一社)日本惣菜協会

- 6月30日 2020年度第1回「ホームミールマイスター資格試験」申し込み締め切り
- 7月7日 教育専門委員会等合同委員会
- 7月16日 東北支部セミナー(Webでのライブ配信も同時開催) ※開催報告は9月号に掲載予定。

— 今後の予定 —

- 7月30日 第4回理事会

HACCP で販路拡大、 全従業員で改善推進も

中部フーズ(株)はスーパーマーケット「パロー」約230店舗、食鮮館タイヨー、直営の惣菜専門店「デリカキッチン」など合計約270店舗に惣菜の製造・販売を行っている。製造の本社工場(岐阜県多治見市)と静岡工場(静岡県島田市)では、「JmHACCP」をそれぞれ2017年、2018年に取得。中部フーズが創造する製造小売業を目指して開発から製造・販売までを一貫体制で取組むことで、消費者ニーズに沿った商品開発・売場展開・サービスを提供することが一番の強みとなっている。



新業態のデリカキッチン

グループ外への販路拡大に HACCPは必須

工場では、弁当・サラダ・惣菜といった「完成商品」だけでなく、店内加工用の「キット商品」の開発も積極的に行って、年間約700SKUを製造しており、安全・安心でおいしい商品を届けることはもちろん、店舗における加工作業の生産性向上にもつなげている。

「JmHACCP」取得のきっかけは、HACCP運用が制度化される「食品衛生法改正」が議論され始めたことにある。2015年頃、従来のパローを中心とする既存販売チャンネル以外のグループ外への販路拡大を模索している最中で、事業展開を見据える上でHACCP認証は必須になると考え取得に向けて動き始めた。

科学的に『安全である』の共通 認識醸成、継続的改善を進める 土台も

科学的な危害要因分析を行うこと、惣菜の複雑な製造工程の中でハザードを適切にコントロールすることに苦労した。その中で、日本惣菜協会から私たちが認識できていないポイントを文字通り「一字一句の詳細さ」で指導い

ただき、なんとか認証までたどり着くことができた。

「JmHACCP」を取得したことにより、社員に「科学的に『安全である』とはどういうことか?」ということへの共通認識が生まれ、製造部と品質保証部が協力して継続的な改善を進める土台ができたことがとても良かった点である。また、パート従業員も含めて、全従業員で一致団結して改善を進める風土が生まれてきている。

他の商品群でも製造フロー作成・ 危害要因分析に取組み

作成したHACCPプランと実作業に乖離(かいり)が生じないように、日々記録表の確認と実作業状況の確認を行って、作業担当者に対して“重要な工程であること”の認識にも役立っている。今後、より幅広い製造品目でもカバーするように、他の商品群での製造フロー作成・危害要因分析に取り組んでいる。

HACCP運用の基礎となる一般衛生管理項目、特に個人衛生教育には力を入れており、定期的なHACCPミーティング、全従業員を対象にした衛生講習会などを行って、製造現場で作業



品質保証部
表示管理室
田内 佑治 氏

品質保証部
品質管理室
橋 聡司 氏

する従業員一人一人の意識を高めることで、お客さまを第一に考えた「おいしくて安全・安心な商品作り」に取り組んでいる。

販売チャネルの拡大で強い 商品開発と商品育成に磨き

新規直営店舗「デリカキッチン」でのスーパーマーケットと異なるターゲットへの新たな商品開発とブランド育成への取組みが、グループ外への販路拡大に繋がり商品開発力加速のきっかけとなっている。「デリカキッチン」は名古屋駅を中心に8店舗展開している。JmHACCP取得は、安全・安心と商品開発力の両面で、大きな推進力となっている。今後はセントラルキッチンから製造メーカーに工場機能を寄せていくことで、収益構造を変えて進化させ、更なる安全性を確実に保証する仕組みづくりと運用に取り組んでいく。



【工場概要】

所在地: 岐阜県多治見市高根町4-20
生産品目: 米飯・惣菜・サラダ・和菓子
などの製造販売
従業員数: 3,330人
(パート・アルバイト含)



(一社)日本惣菜協会は「惣菜(弁当・給食含む)工場・カット野菜工場」を対象に、惣菜製造管理認定(JmHACCP)の認定を行っている。会員企業様向けの特別価格も用意。HACCPに関する不明点など、お気軽にお問い合わせください。

《惣菜製造管理認定》

審査委員長: 角野久史 氏 (NPO法人 食品安全ネットワーク代表理事)

審査委員: 杉浦嘉彦 氏 ((一社)日本HACCPトレーニングセンター専務理事)、他計5名

■問い合わせ先: (一社)日本惣菜協会
担当者: 平賀
TEL: 03-3263-0957

新型コロナウイルス感染症支援策

農林水産省 “国産農林水産物等販売促進緊急対策”

農林水産省は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、インバウンド需要や外食需要の減少などにより、価格の低下、売上の減少などが生じている品目の支援を行うために、「国産農林水産物等販売促進緊急対策事業」総補助額1,400億円を4月30日に施行して実施している。

コンセプトは「消費者も、生産者も、事業者も。みんながつながって日本を元気にする取組みがついに始まります。」である。私たちが毎日食べる農林水産物は日々生育を続けているため、適正な出荷時期を逃すと価値を失ってしまう。「いのちをいただく産業」の循環を、次の世代へとつないでいくために、在庫の増加などの影響が顕著な品目について、販売促進に緊急的に取組み、消費者においしく食べてもらう機会を増やすことを目的としている。

その中で、民間のさまざまな販路を活用する取組みとして、

1. インターネット販売推進事業
2. 食育等推進事業
3. 農林水産物の販路の多角化推進事業
4. 地域の創意による販売促進事業

の4つのメニューを推進する。今回は、この中から最も関心の高い「インターネット販売推進事業」を紹介する。

品目横断的販売促進緊急対策事業 「インターネット販売推進事業」

新型コロナウイルス感染拡大の影響により家庭消費の食材需要が伸びていることを踏まえた新たな販路開拓のため、食品を扱うECサイトの運営者と連携して、インターネット販売を活用した販売促進を行う事業である。

消費者がサイトから農林水産物を購入したときに対象品目の送料を全額補助するというもので、送料が無料になるので消費者は購入しやすくなり、出品者は品物の回転がよくなるので出品しやすくなる。現在のところ支援対象品目は牛肉、水産物、野菜・果物、茶、花き、そば、ジビエである。

Web販売に参加している15のECサイト

- 技わざ・豊洲市場ドットコム●食ベチョコ●たべまる～食卓から応援 食べてつなげよう支援の輪～●料理人御用達のいちおし食材リーチストック●やっちゃば倶楽部●EVERYTHING FROM JP Market●花農家救済協会2020スマイルフラワープロジェクト●JAタウン●丹後王国こだわ市場●GreenMarket～安心安全なオーガニック食品～●ポケットマルシェ●北海道旬直【北海道の安全な食だけをお届け】●産直たべる一歩●クラシルストア (2020年7月7日現在)



出典：インターネット販売推進事業特設Webサイト

お知らせ

プラットフォーム参加EC事業者募集

ECサイトの事業者として補助を受けたい場合、まず国が認定するプラットフォームに参加する必要があります。プラットフォーム参加の募集期間は2020年6月19日～10月末までの予定。プラットフォームに参加すると、各自のECサイトに作成する特設ページ内で対象品目を販売した場合に、送料補助の申請ができる。詳細は国産農林水産物等販売促進対策事務局（電話03-6205-8421 <https://www.kokusan-ouen.jp/>）

出品検討者向け説明会参加者募集

プラットフォームに参加のインターネットサイトを通じて販売を希望される生産者・団体などを対象に、支援方法や対象品目、申込方法などの本事業に関する詳細を伝える説明会を開催する。

第1回のWeb説明会（7月22日）を皮切りに、8月4日から8月28日までに北海道（札幌・釧路）・宮城・秋田・東京・埼玉・神奈川・静岡・新潟・石川・愛知・三重・大阪・京都・岡山・愛媛・広島・福岡・熊本・沖縄の各県で合計20回開催する（7月10日現在）。詳細はインターネット販売推進事業事務局生産者問い合わせ窓口（電話03-3481-2869 <https://seisansya-madoguchi.jp>）まで。

新店舗情報 *New Store Information*

MAGA ドン・キホーテ UNY 本庄店 アピタとの融合効果でニーズ深掘り 生鮮・惣菜の演出も進化

UDリテールは5月19日、埼玉県本庄市に「MEGAドン・キホーテUNY本庄店」を「アピタ」からリニューアルオープンした。直営部分は、1階の食品・日用消耗品と2階の趣味・娯楽・家電フロアに分かれる。ドン・キホーテのノウハウを基に、非食品で新たな来店動機を作り、売上は旧店の1.5倍、非食品で構成比4割を目指している。5月末までの売上は改装前の2倍、非食品の構成比は5割に達したという。

食品フロアのうち、生鮮・惣菜は以前からの顧客が戸惑わないよう、旧店のレイアウトを踏襲。第2主通路の並びは精肉と、カネ美食品が運営する惣菜・鮮魚と続くが、鮮魚部門が新たに寿司を展開し、惣菜部門の寿司とは売場を分けて展開する。また、惣菜売場の一角におにぎりコーナーを導入するなど新カテゴリーを増やしている。

生鮮・惣菜の売場は、鮮度や品揃え

を訴求する統一イメージ「ワイルドステージ」として演出。子育て世帯をターゲットに大容量商品の品揃えを強化するなど「アピタ」の強みを生かし、品質・鮮度に一層こだわった生鮮4品（青果・鮮魚・精肉・惣菜）の品揃えを充実させている。同時に「ドン・キホーテ」の強みである驚安（きょうやす）価格の一般加工食品・酒・お菓子売場を大きく拡充して旧店に比べ品揃えを1.2倍に増やした。

定番棚の通路1本を使った輸入食品コーナーは「ドン・キホーテ」と「アピタ」の強みを存分に生かしたダブルネーム業態の特徴である。店舗のある本庄市は、埼玉県内屈指の観光スポットである秩父・長瀨（ながとろ）まで車で1時間圏内に位置するため、2階フロアではキャンプ用品とアウトドアブランドのウェアをまとめて品揃えしたアウトドアコーナーも展開する。

店舗概要

所在地：埼玉県本庄市南1丁目2番10号

営業時間：午前8時～翌午前0時

売場面積：2フロア・6,498m²



ダブルネーム独自の雰囲気でもぎやかさや楽しさを表現



生鮮・惣菜売場は「ワイルドステージ」の統一イメージを基に演出

イオンスタイル新津店開店 イオンリテール北陸信越カンパニー 成長モデル戦略店舗

イオンリテール北陸信越カンパニーは5月29日、新潟市秋葉区に「イオンスタイル新津店」をオープンした。今年度から出店を本格スタートする新潟での成長を見据えた戦略店舗で、時短生活スタイルに合わせ、ワン・ストップで買い回りができるショートタイムショッピング型店舗を目指し、新潟のイオンで初導入となる「レジゴー」など、新しい買い物体験や利便性を提供する。

「レジゴー」は店舗入口付近に設置する貸し出し専用スマホを使用し、客が商品のバーコードをスキャンしながら買い物することで、レジに並ぶ必要のないショートタイムショッピングを実現している。

特に目を引くのが冷凍食品売場で、同社食品スーパー（SM）の1.5倍となる約700品目を品揃え、加えて時短ニ

ズに应运って同社が製造から販売まで管理する冷凍野菜を約60種類揃えた。

ほかに、ミールキット「クッキット」や複数のおかずがセットになったワントレ商品、糖質を抑えたい人に人気のご飯を野菜に置き換えた商品など多様な食生活に対応した商品を揃えている。

また、食卓を彩る温・冷惣菜14種類から、好みの量を購入できる惣菜の対面販売「リワードキッチン」では、県内SMの清水フードセンターを展開しているグループ企業・清水商事との連携を強化し、ほとんどの惣菜は地元の味を知る清水商事のアウトパックで提供している。

当面は新型コロナウイルス対策として入口と出口を分けたワンウェイだが、今後は状況を見て通常営業へ戻すという。

店舗概要

所在地：新潟市秋葉区南町7-53

営業時間：午前8時～午後10時

売場面積：2,342m²



レジの待ち時間ゼロを実現する「レジゴー」貸出専用スマホ



約1.5倍の売場で冷凍食品を充実させ時短・健康を提案

Japanese Local Cuisine

日本の郷土料理

その地域に根付いた産物を、その地域独自の調理法で作り、地域で広く伝承されている郷土料理。SNSや宅配便の発達や旅行が身近になったことで、「あの料理を、あの味をもう一度」と、素朴な味わいや風情が恋い慕われている。このシリーズでは、都道府県別に、そうした郷土の味「郷味」を紹介する。



発見! 郷味 [長野]



白糸の滝



諏訪湖祭 湖上花火大会



飯山の福島棚田



甘辛だれで串焼きにした 御幣餅 (五平餅)

神様にささげる御幣(幣束)に似ているところから、その名がついたといわれる。ご飯を多少粒が残る程度につぶし、形を整えて串に刺し、甘辛のたれを使い焼き上げた郷土食。地域によってさまざまな形がある。



信州人の食の誇り 信州手打ちそば

そばといえば「信州」、と言われるほど代表的な郷土食。地域ごとに打ち方や、つなぎなどに特色がある。

長野県の平均寿命は、
男女ともに全国トップクラス
その秘訣のひとつに食がある。

野菜が大好きな県民性(摂取量全国トップ)や地域性に富んだ信州の風土と豊かな食文化が県民の健康長寿を支えている。また、各地に息づく暮らしの知恵や伝統の技が食の文化を創り出しており、県では「信州手打ちそば」「木曾のスンキ漬」「御幣餅」「野沢菜漬」「おやき」「焼きもち」の五つを味の文化財として選定し、手作りの豊かさを伝えている。



上杉謙信ゆかりの押し寿司 笹寿司

冠婚葬祭などに欠かせない、飯山のおもてなし料理。戦国時代、川中島の合戦に向かう上杉謙信の軍勢へ、富倉地区の人々が献上した言い伝えがあることから、謙信寿司とも呼ばれている。



食の豊かさを丸ごと詰め込んだ おやき (焼きもち)

古くから暮らしの中の日常食として、各家庭で作られてきた信州の代表的な郷土食。焼いたり蒸したりと、作り手によっていくつもの異なる製法と多彩な具材があり、いろいろな食感や味わいを楽しめる。

協力=長野県

食の ひとくちメモ

長野県には、食自慢がたくさんある。中でも、「寒天」と「そば」は長野が発祥。諏訪地方の冬の厳しい寒さと晴天率の高さは寒天作りに最適な環境である。そばは、江戸時代

から信州の大名が国替えの際にそば職人を引き連れて各地に移り、その地でそば文化を後世に伝えている。「木曾のスンキ漬」は塩を使わない唯一の漬物。「凍り豆腐」は全国シェア9割

以上を誇り、近年は健康食品としても注目されている。乳酸菌が豊富な野沢菜漬も有名だ。海のない長野では、保存技術が生活の知恵として伝承されてきた。





World 惣菜は、世界をめぐる Vol. 5 Report



Foodbiz-net.com 代表 道畑 富美 Michihata Fumi

一級惣菜管理士、消費生活アドバイザー。京都大学大学院農学部修士課程修了。外食企業を経て独立し、現在 Foodbiz-net.com を主宰し、外食や中食分野の商品開発、またマーケティングを行う。国内外の食情報をつづったブログ <http://www.foodbiz.asia>



チルドのレディミール、惣菜はほぼ容器包装されロングライフ（ウィーン）

欧州における惣菜小売業の環境対応策

7月1日から全国的にレジ袋の有料化が始まります、全小売業が対象となり、惣菜販売の店頭でも、さまざまな対応がなされることでしょう。まっすぐに持ち帰りたいお弁当・汁めれが心配なもの・熱いものなど、惣菜の持ち帰りには、やはり袋が欲しいなあと思えますが、すぐ捨ててしまう袋に支払うのはいやだしなあ〜と、消費者はわがままです。さて、環境対策が進む欧州では、すでに脱レジ袋の習慣は浸透しています。さらに、プラスチックごみだけでなく、食品産業に関わる環境課題のひとつに食品ロスが挙げられますが、食品廃棄への対応も法制化する動きもあります。今号は、欧州の環境対応策について見ていきましょう。

プラスチック対策

欧州連合(EU)が2015年にプラスチック製の使用を禁止する指針を採択して以来、欧州内の小売店では、顧客は自身のエコバックを利用するか、レジ袋が必要であれば生分解性プラスチック製や紙製のものを購入しなければなりません。レジ袋だけでなく、惣菜や飲料に用いる使い捨て容器についても、プラスチックは使用禁止の方向へ動いています。フランスでは、2016年に、スーパーやファストフード店、学校給食における使い捨てプラスチックの使用を2020年から暫定的に禁止していくことを決め、2025年には使い捨て容器を廃止しようという計画を進めています。しかしながら、

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、容器を使い回しすることの衛生面でのリスクが表面化し、この動きも再度見直される可能性があります。同様にレジ袋についても、何度も使うエコバックの衛生面が問題視される状況もありました。新型コロナウイルスを契機に、プラスチックのすぐれた材質であるがゆえの、分解されにくいという矛盾と、いかに付き合っていくかを、再度考える時機にあるかもしれません。

レディミール・惣菜容器

その優れたプラスチックの性質をフルに利用したのが、惣菜の容器です。欧州で販売される惣菜は、日本の一般的な出来たて惣菜とは異なり、シールで密封された、時にはMAP包装¹⁾されたチルド温度帯の惣菜、いわゆるレディミールが一般的です。脱プラスチックを受けて、紙材質への代替が加速しており、需要の拡大する冷凍レディミールでも、紙容器が登場しています。紙は、プラスチックに比べ耐水・耐油性も劣り、中身も見えづらく見栄えもしませんが、食べ終わって片付けの際の罪悪感はありませんし、洗わずにごみとして捨てられるので重宝します。日本でも、外食店など持ち帰り容器に紙素材を使うところが増えてきましたが、今後惣菜でも検討が必要となってきます。



ALDIのチルドレディミール 紙容器の側面には容器の捨て方を記載



冷凍野菜も紙容器でシンプル（ウィーン）



ALDIのチルドレディミール（ポテトグラタン）、購入は10月5日、賞味期限は10月12日です。

食品廃棄対策

EU全体で廃棄する食品約1億t、経済的損失が1,430億ユーロ（2016年EU Fusion²⁾）と算出されており、2030年には、小売業やレストラン、そして家庭から出る食品廃棄を半分にする目標を掲げています。フランスは、2016年から「食品廃棄禁止法」が施行され、売場面積400㎡以上の売場面積を持つ食品小売店舗は、フードバンクや慈善団体と契約して、食べられるのに廃棄される食品を、これらの団体を通じて寄付することが定められています。罰則規定もありますが、寄付に要する輸送や保管費用により税金の控除もあり、寄付を促進する策も設けられています。業界側も寄付するための食品の安全性などを規定するガイドラインを作り、食品廃棄を有効に活用するしくみが構築されています。欧州では、スーパーマーケットだけでなく、青空市のような場でも売れ残りがチャリティー団体に寄付されるなどの習慣が長く続いているようですが、法制化することで廃棄を削減することを促進し、他のEU諸国、中欧・東欧までにもその動きが広がっています。

自粛生活で、従来の生活の無駄や無理が明らかになりました。できるだけごみを出さない、残り物は食べ切ることが心掛ける意識も高まったように感じます。衛生や安全面という惣菜の最も重要なところを維持しながら、いかに環境持続性を高めていくかが、惣菜業界にも求められます。

【参考資料】

- (1) MAP包装 Modified Atmosphere Packaging
パッケージ内の環境を製品に適したガスに置換し包装する技術のことで、主にチルド製品に使われることが多く、製品の鮮度や色などを保持します。コンビニの惣菜、最近では、精肉売場でもよく活用されている。
- (2) EU Fusion <http://www.eu-fusions.org/>
Fusionは、Food Use for Social Innovation by Optimising Waste Prevention Strategiesの略

新入会員紹介 (2019年6月～9月入会企業)

正会員

大起産業(株)

代表取締役社長 佐伯 慎哉



〒591-8012
大阪府堺市北区中村町607-1
Tel : 072-258-1001

水産物の輸入・卸売・加工・惣菜製造販売・イベントの企画運営

『鮮度がごちそう』を理念とする大起水産グループ。

惣菜部門では、いなり、押し寿司、にぎり寿司の製造販売を中心に、最近では冷凍寿司の開発に力を入れている。

インバウンド向けのお土産、ホテルやイベントでの利用など、さまざまな場面で評価を得ている。

正会員

(株)タカラ・エムシー

代表取締役社長 上野 拓



〒422-8021
静岡県静岡市駿河区小鹿3-1-58
Tel : 054-654-5000

食品スーパーマーケット100店舗

静岡県を中心に100店舗を超える食品スーパーマーケットを運営。「鮮度と安さ」、それが1970年に食肉小売店として創業した先代社長のこだわりであり、誇りであった。「鮮度」はおいしさと安全・安心の素となり、「安さ」は暮らしの豊かさにつながると、挑戦を続けている。

正会員

沖物産(株)

代表取締役社長 村上 俊二



〒656-2131
兵庫県淡路市志筑3112-10
Tel : 0799-62-6060

農畜水産物の輸入・卸売・ルートセールス・加工・保管業

農畜水産物の食材を中心に食にまつわる事業全般を行っている。玉ネギの取り扱いから始まり製氷や冷凍冷蔵保管業に加え、近年では国内外問わず洋食・和食・中華など、幅広いジャンルの委託加工や製品開発にも積極的に取り組んでいる。

正会員

(株)三水フーズ

代表取締役社長 小久保 貴之



〒516-0003
三重県伊勢市下野町653-20
Tel : 0596-36-3881

水産加工や惣菜製造

水産加工や惣菜製造を行って40余年。魚介類の加工品メーカーと総合食品卸という2つの顔を持ちながら、三重県を中心に全国に真空冷凍パックなどを製造販売。「炊き込みご飯シリーズ」など、ご飯類や魚介類だけでなく幅広い食材を取り扱う会社への成長を目指している。

正会員

(株)主計物産

代表取締役 主計 高広



〒834-0073
福岡県八女市立花町下辺春448-1
Tel : 0943-30-1137

国産(八女産)たけのこ・惣菜製造販売

創業当初から地場のたけのこを契約生産者から直接集荷し、全国に出荷。たけのこ水煮は鮮度にこだわり、風味を残した製法で商品化。栽培から加工まで一貫管理し安全で信頼性の高い商品を提供している。最近では水煮野菜やレトルトコーンの他、各種国産原料を使用した惣菜やレトルト食品などの製造販売に力を入れている。

賛助会員

(株)プロシスタス

代表取締役社長 松木 伸介



〒162-0067
東京都新宿区富久町13-15
サウスタワー 3階
Tel : 03-5362-1500

食品工場の建設・設計・施工管理

わらべや日洋グループの中核事業である「中食」のエンジニアリングカンパニーとして、国内外の食品工場の建設・設計・施工管理から、食品関連設備の開発・販売、アフターメンテナンスまで、ソフトとハードの両面でサービスを提供。



新規入会会員を募集しています。協会活動にご興味のある企業様をぜひご紹介ください。
協会では、中食・惣菜事業者の支援のために、さまざまな活動に取り組んでいます。
入会を検討されている企業様には、協会案内をお送りいたしますので、事務局までご連絡ください。
入会に関するご案内は協会ホームページからもご覧いただけます。

お問い合わせ：(一社)日本惣菜協会
電話：03-3263-0957 FAX：03-3263-1325 Mail：souzai-info@nsouzai-kyoukai.or.jp

賛助会員

(株)東洋

代表取締役社長 服部 恵美子



〒510-8014
三重県四日市市富田2-8-23
Tel：059-365-0858

ユニホームレンタル事業

クリーニング業界初で「ISO22000」を認証取得し「清潔を守る」をコンセプトに「ユニホームレンタル事業」と「衛生管理事業」を二本柱で展開。その他食品衛生に関するコンサルティングから検査および衛生資材の販売などパッケージで提案している。

賛助会員

マーケット・メイカーズ・インク

代表取締役社長 Jeffrey N. McNeill



〒102-0072
東京都千代田区飯田橋1-5-9
精文館ビル5階
Tel：03-3221-6410

農産物・食品ビジネスのグローバル・サポート

1987年設立。農産物・食品に関わる幅広いマーケティング業務を展開し、アメリカ乳製品輸出協会や米国ポテト協会など、米農務省外郭団体の駐日代表事務所を務める。また、日本の外食・中食関連企業の海外進出、事業拡大をサポートしている。

賛助会員

日本オリーブ(株)

取締役社長 服部 芳郎



〒701-4302
岡山県瀬戸内市牛窓町牛窓3911-10
Tel：0869-34-9111

オリーブオイル製造・輸入販売

日本オリーブは岡山県瀬戸内市牛窓町とスペイン・トルトサに自社農園を持つ、1949年創業のオリーブオイルの老舗である。業務用スペイン産オリーブオイル、マッシュルーム、ドレッシングなどこだわりの食材を取り揃え、業務用に限らず小売用のオリーブオイルも各種用意している。

協力会員

ESUHA! Co., Ltd.

代表取締役 レ・ロンソン



ベトナムコンサルティング(有)
〒101-0047
東京都千代田区内神田1-5-16
アルテ大手町ビル8階
Tel：03-5577-3268

ベトナム送り出し機関

日本の「人財」が作り上げた技能・技術・知識を習得するために、存分に学び働くことができるための意識・能力を育てる教育を行っている。日本企業に優秀なベトナム人財を提供し、ベトナムは日本の高度な技能・技術・知識を得て、日越両国が共に発展する架け橋となることを目指している。

協力会員

METREY HR CO.,LTD.

日本事務所代表 清水 美樹



リネットジャパングループ(株)
〒453-6132
愛知県名古屋市中村区平池町4-60-12
Tel：052-589-2292

カンボジア送り出し機関

日本国内ではリネットジャパングループ(株)の名古屋本社内にカンボジア送り出し機関METREY HR CO.,LTD.の日本支所を設置。真面目で礼儀正しい国民性のカンボジア人技能実習生の受け入れがトップになるアジア国もあり、日本でもカンボジア人技能実習生の受け入れが急増している。「教育」と「仕事」で両国の発展に寄与していく。

協力会員

国際交流事業(協組)

代表理事 須賀 則明



〒367-0237
埼玉県児玉郡神川町貫井100
Tel：0495-77-0601

監理団体

「技能実習生受入事業」「中国人料理人派遣事業」「支援・コンサルティング事業」が主な事業である。地域産業の活性化とさらなる発展のために、組合員間における情報交換、活発なビジネス交流が行えるようにサポートしていく。



わが社のイチ押し

【記事掲載の問い合わせ先】

(株)日本食糧新聞社 jm News編集部 担当 福島
TEL : 03-3537-1303 FAX : 03-3537-1072
Mail : fukushima-a@nissyoku.co.jp

プリンス電機(株) 電話 : 045-501-4704

棚下、間接照明にLED照明器具 新タイプ発売

商品展示照明パイオニアのプリンス電機の冷凍・冷蔵ショーケース照明で、食品をおいしくみせる演色蛍光灯ランプは、特にスーパーマーケットやコンビニエンスストアで好評である。商業施設と商品演出はSDGs（持続可能な開発目標）対応として低消費電力で長寿命の特徴を持つLED照明が主流となっているが、同社では人気のLED照明器具「ディーライン」Jシリーズに新たにSタイプとして21種類の器具の長さ5種類と5種類の光源色によって合計105種類の演出ラインアップを目指して、順次発売をスタートしている。

Sタイプの特徴は▽直径22mmのスリムランプのようなフォルムのLED照明器具のため、器具本体を見せない棚下や間接照明の施工も、ディスプレイ照明のように見せる施工も美しく仕上げる▽スチールの Gondola 什器や棚へ

【お問い合わせ先】プリンス電機(株) (担当：東使) メール：k.toshi@prince-d.co.jp

は、器具本体にマグネットが装着されており、そのまま取り付けたい場所に簡単に施工できる▽木製の什器・棚や建築物には、スリムランプ施工と同様に別売りのランプホルダーで施工すると照射方向を自由に設定できる▽100V入力の電源接続は、電源コード・送りコード・リアコンセント用2P電源コード・コードマグネットなど、豊富なオプションパーツを揃えてホワイトとブラックの2色を用意▽最大10台までの連結が送りコードでできる。什器1台分で1ライン、連続什器棚の横並びで1ライン、間接照明を2ラインで光の切れ目を無くす施工など、応用度の高い施工ができる▽簡単施工だから取り外しも簡単。季節ごとの模様替えや祭事にも最適なLED照明器具で対応。棚下だけでなく、例えば什器側面に取り付けてPOPに使うなど



ディーライン棚下施工例



ディーラインJシリーズSタイプ(2020年)

工夫次第で面白い提案もできる。

プリンス電機は、LED照明器具の新タイプ発売で商業施設の多様なニーズに合った商品展示や売場創りに貢献していく。

ジーアイ・マーケティング・パートナーズ(株) 電話 : 03-5941-8660

CVS 中食新商品データベース「SEEDs」 商品開発や商談資料作成に!

「SEEDs」は、コンビニエンスストア (CVS) 各社から発売される中食カテゴリーの新商品を独自でデータベース化し、専用サイトで毎週公開するという定額制サービスである。2020年1月のサービス開始以降、食品メーカーや容器メーカーなど各業種の企業が利用を始めている。

対象品目は大手CVSチェーンで発売されるPBのチルド商品が中心

対象商品はCVS大手3チェーンの都内店舗で発売されるチルドの米飯、惣菜、調理麺、調理パンと常温のパン5カテゴリー（いずれもPB品）。商品の撮影からサイズ・栄養成分表示などの情報はもちろんのこと具材測量もしており、会員企業向け専用サイトでは登録商品をさまざまな項目で検索できることが特長である。申込企業内であれば企業ごとに割り当てられたIDナンバーとパスワードで何人でも利用できる。しかも、掲載されている画像やテキストは商談資料などに利用可能。毎週発売される膨大な数の新商品をチェックして社内共有できるようにデータベース化する“人手と時間がかかるルーティン作業”の効率化に活用されている。

毎週約90～100品が発売、アイテム数は4月以降も堅調に推移

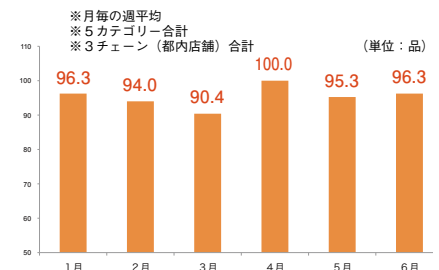
サービス開始以降、当該のカテゴリーでは合計で毎週100品近くの新商品が発売されており、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言以降も発売アイテム数は減少することなくおおむね堅調な推移が見られた。「SEEDs」では年間5,000～6,000アイテムの商品情報が蓄積される見込みである。

【お問い合わせ先】ジーアイ・マーケティング・パートナーズ(株) (担当：川岸、長原) メール：hpinfo@gi-mp.com

■SEEDs サイトトップページ
<https://www.seeds20.com/>



■一週間に発売される新商品数の月別推移



ニュースダイジェスト

NEWS DIGEST

消費者庁、農林水産省、厚生労働省 7月3日からの大雨を受けて食品表示の一部を緩和

消費者庁・農林水産省・厚生労働省は連名で、7月3日からの大雨で九州各地の被災した地域を対象に、支援物資などが速やかに届くよう、食品の販売の際に義務づけられている食品表示の一部を被災地に限って緩和する方針を決め7月7日に関係機関に通知した。ただし、アレルギー表示および消費期限については、健康被害を防止することが何より重要なため、これまでどおり取り締まりの対象となる。

すかいらーく全店でテイクアウト用レジ袋無料継続

すかいらーくホールディングスが運営する、すかいらーくレストランズ全店(ガスト・ジョナサン・バーミヤン・夢庵など)は、7月1日以降もレジ袋の無料対応を継続して行う。2019年12月から、テイクアウト用レジ袋を石油由来からバイオマスプラスチックに変更しているため、高まるテイクアウト需要に利用客が商品をスムーズに持ち帰りできるよう、引き続き無料対応を継続するとしている。

埼玉・八潮市の学校給食で児童生徒ら3,453人が食中毒

八潮市の市立小中学校15校の児童生徒3,453人が6月27日以降に食中毒症状を発症。給食を提供していた協同組合東部給食センターは3日間の営業停止処分を受けた。原因食とされる6月26日の献立内容は、鳥の唐揚げ・ツナじゃが・海藻サラダ・ご飯・味噌汁で、原因は病原大腸菌と保健所は発表している。

月桂冠共同開発「ちぢれ風製法」特許権取得

月桂冠グループの食品会社藤清と月桂冠は、「ちぢれ風製法」と呼ばれる太さの異なる糸コンニャクを複数本ラウンドに絡め合わせる製法を共同開発し、5月7日付けで特許権を取得したと発表した。この方法で製造したコンニャクを炊き上げると、通常の糸コンニャクに比べて縮れた状態になり、タレなど調味料の味染みが25%アップする。

農水省「Go To Eatキャンペーン」制度化調整進む

農林水産省は6月24日、大手飲食業の団体である日本フードサービス協会や、中小の全国団体である生活衛生同業組合から、新型コロナウイルスからの回復策として飲食業を支援する「Go To Eatキャンペーン」について要望を意見聴取した。オンライン飲食予約サイト経由で期間中に飲食店を予約・来店した消費者に対して、1人当たり定額で1,000円分までのクーポンを付与するという枠組みだが、中小はもともと電話やFAXを利用しており、大手も大人数の需要が減ってオンライン飲食予約サイトを使わない店舗も出てきているという実態が明らかになった。キャンペーンは予約サイト利用を前提としているため、調整が必要であることを共有した。

白玉粉、第2のタピオカとなるか

和菓子原料である白玉粉の売れ行きが好調だ。4～5月の家庭用白玉粉の販売が前年比5倍となったメーカーもある。近年は外食やCVSでも白玉粉を使ったメニューや商品が増え、もちもち感を出す食材として需要が広がっており、空前のブームとなったタピオカに続く人気食材となるか注目されている。スーパーの棚から小麦粉やホットケーキ・ケーキミックス・ゼリーの素が欠品し、和粉にシフトしたことも大きい。

業務用では、特に簡便性の高い冷凍白玉が普及し、アイス向けなど新たな用途も出てきている。

POSデータ分析 コロナ禍、売れ筋食品変わる

新型コロナウイルス感染予防で外出自粛期間だった5月3日までの間、内食需要が高まったことで食品242カテゴリーのうち約8割が前年比増という結果がKSP-POS (KSP-SP社)によって明らかになった。食品カテゴリー全体では、2月24日週から全国平均金額前年比約10%増で推移。金額前年比の上位25カテゴリーは、「手作り」「簡便性・内食」「経済性・ストック」という属性を持ち合わせ、スパゲティ、インスタント袋麺・カップ麺、乾麺、冷凍麺は好調であった。コメは米飯加工品と冷凍米飯加工品合わせて前年比4.5倍を記録。冷凍のピラフや炒飯は簡便性とメニューのバラエティー化でコンスタントに売れ続けている。

5月度主要小売企業販売 百貨店・GMS下げ幅縮小 SM好調続く

5月度の主要小売企業の販売動向は、4月に前年比で7割近く落ち込んだ百貨店、低調だった総合スーパー(GMS)も下げ幅を縮小した。5月25日の緊急事態宣言の全面解除で営業再開店舗が出てきたことによる。内食需要の増加で主要な食品スーパー(SM)も、既存店総売上高で前年比10%程度と高い伸長率を継続した。

**2020年5月度
業態別惣菜売上前年同月比**

業態	金額 (億円)	売上	
		全店 %	既存店 %
①総合スーパー	849	▲4.5	▲5.1
②食品スーパー	906	▲1.3	▲2.2
③百貨店	140	▲46.8	▲46.3
④CVS	-	-	▲12.5
⑤外食	-	▲32.8	-

※①=日本チェーンストア協会、②日本スーパーマーケット協会/オール日本スーパーマーケット協会/全日本スーパーマーケット協会③日本百貨店協会④日本フランチャイズチェーン協会(項目:日配)⑤日本フードサービス協会

(日本食糧新聞より)

2020年10月開講 通信教育

受講申込 8月1日～10月31日 (本年度限定)

食品業界に従事する「食」の専門家の育成

「惣菜管理士養成研修」 申込受付中

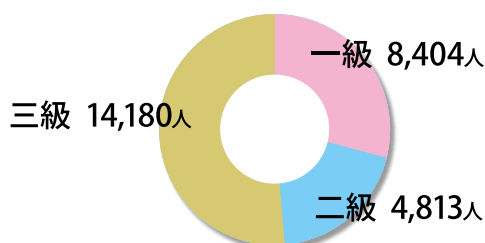
【受講の流れ】



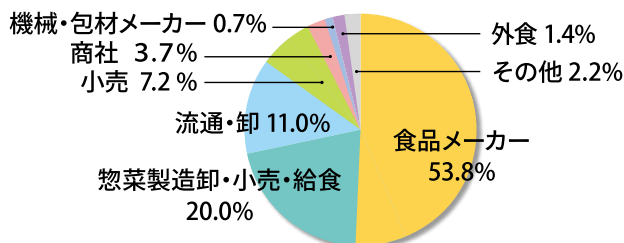
全国2万7千人以上の惣菜管理士が活躍中!

(2019年7月現在)

惣菜管理士取得者(最上級)



取得者の業態



【惣菜管理士取得企業TOP20社】

(2019年7月現在)

順位	会社名	取得者数(名)	順位	会社名	取得者数(名)
1	日本食研ホールディングス(株)	843	11	テーブルマーク(株)	278
2	味の素(株)	655	12	三菱食品(株)	248
3	(株)日本アクセス	587	13	(株)J-オイルミルズ	246
4	マルハニチロ(株)	466	14	キッコーマン食品(株)	242
5	キューピー(株)	345	15	国分グループ本社(株)	235
6	プリマハム(株)	318	16	(株)Mizkan	216
7	日本製粉(株)	315	17	(株)ニチレイフーズ	212
8	三菱商事ライフサイエンス(株)	307	18	(株)若菜	210
9	トオカツフーズ(株)	306	19	ハウス食品グループ本社(株)	200
10	日清オイリオグループ(株)	284	20	わらべや日洋(株)	194



一般社団法人
日本惣菜協会
教育事業運営チーム

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-5-10 麹町アネックス6F TEL:03-3263-0957
E-mail: kensyu@nsouzai-kyoukai.or.jp
URL: http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/training/rmm/

