



Special Talk 座談会“あの人と60分”
【九州発】高齢社会の食事を展望する

高齢者ソフト食研究会 会長

ケアユー(株) 博多工場 所長 / 第2営業課課長

(一社)日本惣菜協会 副会長
(株)セイブ 代表取締役社長

黒田 留美子氏 × 元吉 将人氏 / 辻 健治氏 × 田中 憲治氏

特集 「HACCP 制度化を8カ月後に控えた緊急特集」



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)
- 株式会社ラルズ

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ー

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

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ットクック
- 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
- 株式会社ビック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)
- 株式会社デリシャス・クック
- 虎屋産業(株)
- 日本サラダ(株)
- フジフーズ(株)
- 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
- 相生産業(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
- 岡常商事(株)
- 株式会社オリジン東秀
- 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)
- 株式会社隆峯
- 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
- 株式会社宇ノ気給食センター
- 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
- 株式会社シム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
- 株式会社みずずコーポレーション

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)
- 株式会社デリカスト
- 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
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社ヤマザキ
- ヨシケイ開発(株)

静岡県

- 株式会社カネギ東海フーズ
- 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
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社ヤマザキ
- ヨシケイ開発(株)

愛知県

- イチビキ(株)
- いとう食品(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)
- 中日本ハイウェイ・リテール名古屋
- 株式会社フジデリカ
- 株式会社フルックス東海
- 株式会社プリムイソベン
- 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)
- 株式会社ハイブレイ
- 原信ナルスオペレーションサービス
- 株式会社ひまわり食品
- 株式会社マツイフーズ
- 株式会社みやげ食品 新潟営業所

富山県

- アイディック(株)
- 株式会社アベニュー
- 株式会社アルデジャパン
- 株式会社こでら
- 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
- 株式会社フードシステム
- 株式会社フクシヨク
- 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
- 株式会社宇ノ気給食センター
- 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
- 株式会社シム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
- 株式会社みずずコーポレーション

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)
- 株式会社デリカスト
- 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
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社ヤマザキ
- ヨシケイ開発(株)

静岡県

- 株式会社カネギ東海フーズ
- 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
- ヤマガタ食品(株)
- 株式会社ヤマザキ
- ヨシケイ開発(株)

愛知県

- イチビキ(株)
- いとう食品(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)
- 中日本ハイウェイ・リテール名古屋
- 株式会社フジデリカ
- 株式会社フルックス東海
- 株式会社プリムイソベン
- 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)
- 株式会社ハイブレイ
- 原信ナルスオペレーションサービス
- 株式会社ひまわり食品
- 株式会社マツイフーズ
- 株式会社みやげ食品 新潟営業所

三重県

- 株式会社オーケーズデリカ
- 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
- 丸味食品(株)
- 株式会社港屋
- 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ットクック
- 株式会社煌
- 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
- 株式会社俵たん
- 株式会社珉珉食品
- 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
- 株式会社一富士ケータリング
- 株式会社エスアールジャパン
- 株式会社MDG
- 合同食品(株)
- ゴールドエッグ(株)
- 株式会社崔さんのお店
- 株式会社サンエッセン
- 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
- 株式会社ダイワサミット
- 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
- 株式会社阪急デリカアイ
- 株式会社松田食品工業
- 丸大食品(株)
- 株式会社山福

兵庫県

- 明石食品(株)
- 株式会社今里食品
- 沖物産(株)
- 株式会社関西スーパーマーケット
- 株式会社関東屋またの食品
- 株式会社グランドフードホール
- ケンミン食品(株)
- 株式会社フンセン
- 株式会社ロック・フィールド
- 明石食品(株)
- 株式会社今里食品
- 沖物産(株)
- 株式会社関西スーパーマーケット
- 株式会社関東屋またの食品
- 株式会社グランドフードホール
- ケンミン食品(株)
- 株式会社フンセン
- 株式会社ロック・フィールド

奈良県

- 株式会社フルックス
- 三原食品(株)

和歌山県

- 株式会社藤本食品

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
- 株式会社大惣

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
- 株式会社わかば食品

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

- 株式会社ダイエットクックサプライ
- 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

- 株式会社グリーンランド
- 四国化工機(株)
- 株式会社徳冷
- 株式会社マルハ物産

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)
- 株式会社ピージョイ
- 株式会社マルデリカ・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
- 株式会社オーケー食品工業
- 株式会社主計物産
- 株式会社ケアユー 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
- 明治屋産業(株)

佐賀県

- 株式会社九州ダイエットクック

熊本県

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

大分県

- 株式会社くらや
- 株式会社味里
- 株式会社宿もり商事

宮崎県

- (社)福キャンパスの会
- 株式会社永友食品
- 株式会社マルイチ
- ミツシン(株)

鹿児島県

- 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)
- 沖食スイハン(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	350社
賛助会員	218社
協力会員	41社
合計	609社

2020.8.5 現在

北海道・東北地方

関東地方

関西地方

中国・四国地方

九州・沖縄地方

海外

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！！

自身のスキルを高めた “デリカアドバイザー”

(株)エコープ関東は、(株)エコープ群馬と(株)エコープ神奈川が合併し、全農クミック株が埼玉県で行ってきた店舗事業の営業譲渡を受けて2004年に発足。現在は、神奈川・群馬・埼玉・東京の1都3県でスーパーマーケット32店舗、焼肉店6店舗を営業。「**つくるひとの真心を、たべるひとの安心に**」を企業理念に活動している。

私は、学生時代のアルバイト経験から新卒採用試験を経て正社員となり5年目となります。職場の方々がとてもいい人達ばかりで、毎日の仕事が好きで気が付いたら今日となっています。

今の仕事は、惣菜部門で発注から売場、数値管理全般をしています。売場では、1日トータル約12人が従事して、約150アイテムを品出ししています。その中の約100アイテムはバックヤードで調理や盛り付けをしています。店舗は最寄り駅から徒歩5分の立地にあり、午前中は高齢の方、16～18時は主婦の方、19～20時は会社勤めの方と、1日3つのピーク時間帯があり、お客さまに合わせた商品を揃えるように工夫しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大で、売場はバラ売り販売を止めてパック売り、1個でも包装売りに切り

替えました。不特定多数の人の出入りが多い特性を持つ環境にあるので、清掃・除菌・換気を徹底して、お客さまが安心して買い物ができる売場作りに努めています。

こうした取組みに役立っているのが(一社)日本惣菜協会の「デリカアドバイザー」の勉強です。惣菜に特化して学ぶことで、仕事の見方や考え方、感じ方が変わり、スキルが上がりました。職場では複数の人が受講しているので、受講内容が職場の共通知識となって専門的な内容の意思疎通がしやすくなっているように感じています。

店舗の惣菜販売比率は全体の12～13%です。これを当面は1年に1%上げることが私の目標であり、お世話になっている職場の方々への恩返しだと思っています。

(株)エコープ関東 中田店

惣菜部門担当

デリカアドバイザー

池田 好秀さん



お客さまの
「おいしかった。また販売してね」
の一言が活力に。
地域に愛される商品・売場作り
に邁進します！

「三種の旨味」好評

今年の春から「三種の旨味」(かつお・こんぶ・しいたけ)を全面に押し出した弁当や惣菜を展開しており、好評です。今は「カツ重」「天重」がおすすめです。コロナ禍で家庭内調理時間が増えましたが、コロナ禍が長引いて、さすがに徒労感が出てきています。そこを、私たちが少しでも手助けをさせていただきたいという気持ちでおいしい惣菜を作り、お客さまが喜ぶ売場作りをしています。

季節や地域イベントを楽しめる店舗作りに合わせて、「おいしさ」「懐かしさ」「楽しさ」をさらにクオリティー高く提案していきたいと思っています。

jm News 2020.09 Contents

Membership list	02	会員名簿
Smiling Face	03	笑顔イキイキ (株)エコープ関東 池田好秀さん
Roundtable Discussions on the Web	04	座談会“あのひとと60分”【九州発】高齢社会の食事を展望する
Trend	08	HACCP制度化を8カ月後に控えた緊急特集
Activity Report	10	協会活動報告 惣菜管理士養成研修動画セミナー予告
Information	12	協会からのご案内 夏越の祓えに「夏越ごはん」。
New Store Information	13	新店舗情報
Japanese Local cuisine	14	発見！郷味 [愛知]
World Report	15	海外レポート 惣菜は、世界をめぐる Vol.6 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

【九州発】高齢社会の食事を展望する

病院・福祉施設給食の課題と展望、 健康を創るワクワク市場



高齢者ソフト食研究会 会長
(管理栄養士・農学博士)

黒田 留美子 氏
Kuroda Rumiko

高齢者の食事に関する管理栄養士・栄養士や食品メーカー・医師・看護師・リハビリテーション専門職などの方が、摂食・嚥下（えんげ）機能に問題があっても安全においしく食べられる「黒田留美子式高齢者ソフト食」の普及・開発を目的に活動。



ケアユー(株) 博多工場
所長/第2営業課課長

元吉 将人 氏 / 辻 健治 氏
Motoyoshi Masato / Tsuji Kenji

病院・介護福祉施設などを運営する自社グループ内の厨房の人手不足から博多工場を立ちあげた。グループ外も含め1万1,500食/日を生産して九州一円に配送。8月に第2工場竣工、第3工場も予定している。



(一社)日本惣菜協会 副会長
株式会社セイブ 代表取締役社長

田中 憲治 氏
Tanaka Kenji

福岡県久留米市で日配給食弁当・施設向けクックチル惣菜（袋惣菜）・家庭向け夕食宅配・久留米市立学校給食受託の4事業を展開。5年目を迎える高齢者施設向けクックチル惣菜事業は順調に推移している。

少子高齢化や離職率の高まりなどで人手不足が進み、病院・福祉施設給食も旧来の人手だけでは支えきれなくなっている中、コロナ禍で一部使い捨て容器への変更などがあったものの滞りなく提供されている。いかなる状況下でも一日3食365日提供するという社会的使命の高い食事提供事業では、おいしさや食欲をそそる食事形態・機能性など要望が高まっている。人生の最後まで形ある食事を口から食べてもらいたいと「黒田留美子式高齢者ソフト食」を開発して高齢者食の一翼をけん引している黒田留美子氏と一緒に、介護食を提供するケアユー(株)、(株)セイブの取組みや課題などを通して、これからの高齢者食を「九州発」として展望した。

伸びている高齢者介護食事業 ／エビデンスある 「高齢者ソフト食」

田中 新型コロナウイルス感染症対応で忙しい中、Web座談会に参加いただきありがとうございます。当初は

ケアユー(株)さまの工場見学をさせていただきながらの開催を予定していましたが、東京・福岡のコロナ陽性者が急増してきたために急きょWeb座談会に変更させていただきました。わが社でも、取引先から使い捨て容器を使用した弁当の要請があるなど、突発的な

変更も起きています。皆さまも同様かと思えます。

本日は「高齢社会の食事を展望する」のテーマを、私の進行で進めて参ります。どうぞ、よろしくお願い致します。まずは、自己紹介を黒田会長からお願い致します。

黒田 高齢者ソフト食研究会を立ちあげて20年になります。会の趣旨は、日常において大切な生活のリズムを食事が支えていることから「食事を高齢者になっても口から食べる喜びを実感してもらいたい」ということです。その思いから、摂食嚥下（えんげ）機能が低下しても食べられる安全でおいしく、見た目も美しい高齢者ソフト食が生まれました。研究会では、ソフト食の啓発やメニュー開発を推進しています。私は、58歳で大学院に通い、60歳で「高齢者用ソフト食品の開発と物性検査法の確立」の論文で農学博士を取りました。私が提唱している「高齢者ソフト食」のエビデンスをきちんと作りたくて大学院に通ってレシピの物性実験をしましたので、「高齢者ソフト食」のレシピにはすべてエビデンスがあります。

元吉 弊社のセントラルキッチン（CK）博多工場は3年前に作られました。グループが病院と10カ所の施設を運営しており、給食提供部門では早出や遅出など不規則な労働時間帯に人手が足りず、CKに踏み切ったという経緯があります。当初はグループのみへの食事提供でしたが、半年後からグループ外への販売も始めました。売上げは伸びており、現在は1万1,500食／日を提供しています。私はCK設立の半年後に入社して食事受託部門の責任者をしています。同席の辻は製造責任者をしています。コロナ陽性者拡大では、予定していた試食会のキャンセルや使い捨て容器での提供要望などがあり、かなり身近にコロナを感じています。

田中 今年5月の（一社）日本惣菜協会（以下、協会）の総会で副会長を拝命しました。会社は福岡県久留米市で創業41年目になります。業容は、事業所給食弁当約5,000食、個人宅への夕食宅配約1,000食、600～800食の学校給食受託5校、本日のテーマであります高齢者福祉施設向けクックチルによる袋惣菜（朝・昼・夜）「スマイルキッチン」が入居者20人位のグループホームを中心に10月で

5年目を迎えます。年商約6億円と順調に伸びています。今の工場は8年前に新しくしたのですが、キャパシティがいっぱいで次の展開をどうしようかという選択のところにきています。

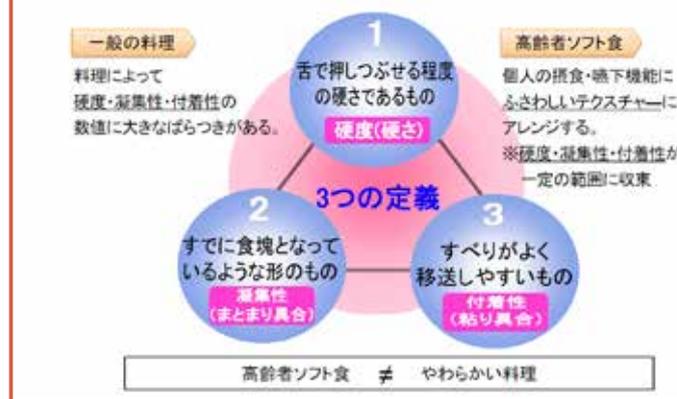
工場生産で個別対応をどうする？ 業務用対応商品使用か自社製造か

田中 次に、介護食展開の現状と課題をお話します。

元吉 当社のCKは真空調理による大量調理となるので、介護段階でいうと介護4や5に充当する方向への対応など細かい対応ができません。そこで、UDF（ユニバーサルデザインフード＝日本介護食品協議会認定）のやわらか食を仕入れて組み合わせ販売しています。グループでは、食事提供事業はこの5年が勝負ということで、二つ目の工場がまもなく本格稼働し、三つ目として鹿児島に用地を確保しており、九州全体を視野に入れた注力事業として大きな投資をしています。私はその実現のための事業を率いている立場におります。福岡でコロナ陽性者が急増したために、今、県外に営業しようとする福岡の方の営業はお断りと言われることもあります。試食も4件企画していましたが、3件キャンセルになりました。コロナが落ち着かないと、先が読めない状況です。

田中 大変な状況ですね。わが社の「スマイルキッチン」は5年間で、朝・昼・夜の3食で7,000食／日になりました。思っていた以上に伸びました。お客さまからは、きざみ食・極きざみ食の要望がありますが、自社では対応できないので、ムース食を仕入れて販売しています。今後、多様なプレイヤーが増えてきて、製法もクックチル・ニュークックチル・真空調理・冷凍などいろいろありますが、わが社はこのままクックチルでいきます。嚥下

高齢者ソフト食の3つの定義



咀嚼（そしゃく）困難食に関して、黒田会長が取り組まれている高齢者ソフト食やきざみ食などにどう踏み込んだ対応をしていくのかを課題に感じており、岐路に立たされているところです。黒田会長、嚥下咀嚼困難食について工場ではどのようなことができますか？

病院・福祉施設の管理栄養士と献立作りからリンク、診療・介護報酬にもアプローチ

黒田 食事形態については、これからは従来の食事形態では喫食困難な方が増えてくると思います。病院給食はおいしくない、介護食は形がないなど、先入観を持っている方も依然として多いです。病院の食事では、糖尿病や腎臓病などに応じた対応をしなくてははいけません。在宅では、高齢化・独居・認知症などによる調理困難などから宅配弁当のニーズは高いです。また、身近に利用できる宅配弁当企業がないの



(左上) 黒田 留美子氏 (右上) 元吉 将人氏 / 辻 健治氏
(左下) 田中 憲治氏 (右下) 清水 誠三氏 ((一社)日本惣業協会 専務理事)

で、CVSやスーパーの惣菜や菓子パンで済ますことが多く、食事の偏りで低栄養で再入院というケースが多く見受けられます。また、食形態が合っておらず普通食をきざんで食べている方もたくさんいらっしゃいます。私は、このきざみ食をやめることで、誤嚥性肺炎を防ぎ、低栄養高齢者を無くす活動をしています。「高齢者ソフト食」はエビデンスがあり、再現性があるので高齢者食の大量調理に導入できます。学会分類2013、農林水産省のスマイルケア食、高齢者食フードスケールは「高齢者ソフト食」とリンクしているので、喫食者の状態に適した食事に合わせやすくなっています。病院や施設では診療報酬や介護報酬が細かく点数化されているため、企業は単なる食事提供だけでなく、管理栄養士と献立作りからリンクすることで取引先の報酬アップにもアプローチできます。

田中 ありがとうございます。まだまだ私どもは勉強しなくてはいけないですね。では、これからの戦略を元吉所長、お願いします。

団塊世代が2025年に75歳で後期高齢者 同業他社との差別化武器に

元吉 黒田会長が言われるとおり、嚥下咀嚼困難な方に見た目が普通の食事を提供するというのは、今後の大きな課題です。アドバイスをもらえるのであれば、実行に向けてトライしたいと思います。

田中 団塊の世代が2025年に75歳となって後期高齢者を迎えるということで、ますます介護食市場は伸びていくと思います。そこで、わが社としてはソフト食やきざみ食を内製化するかどうかの岐路にあります。黒田会長、「高齢者ソフト食」は3食365日対応できますか？

黒田 できます。実際に作っているCKがあります。ただ、大事なのは献立です。献立をしっかりと作り込まないと、CKでの取組みは失敗します。「高齢者ソフト食」には「硬度（硬さ）」「凝集性（まとまり具合）」「付着性（粘り具合）」の3つの定義があって、この3つが揃うと食塊ができて誤嚥せずに安心して食することができます。きざみ食は食塊を崩しているの、誤嚥の危険性があることから私たちは推奨していません。「高齢者ソフト食」は料理の中で食塊を作るようにしています。

田中 「高齢者ソフト食」は原価的に高くなりませんか。私の所では、3食で750円（税抜き）、原価率約40%に抑えなくてはけません。

黒田 それは大丈夫です。私は現役の頃、3食を原価680円で作っていました。行事食やバイキング食の時には、別途いただきましたけどね。

田中 原価的には、ハードルは高くないですね。ありがとうございます。元吉さん、CK経営の展望をお聞かせください。

元吉 このコロナ禍で、全く先が分からなくなりました。従業員が約150人いるのですが、マスク・消毒・手洗い・うがいを励行したらコロナ感染者に絶対にならないとはいきれません。このことが恐怖で毎日おびえています。今後どうするかというよりも、コロナが収束するまではわが身を守ることで精いっぱいというところです。そんな中でも、同業他社と差別化できるものを持って食材の販売・受託業務に注力したいと思っています。

田中 コロナについては、本当にそうですね。まずは、社内から感染者やクラスターを出さないことが今は一番ですね。わが社の課題としては、仕事の仕掛かりが午後6時半からスタートして翌日午後3時までかかります。クックチルを導入して計画生産することで、深夜時間帯の作業を昼に移しましたが、食数が増えて、滞留スペースが無いことから深夜時間帯に働いてもらわなくてはいけなくなっています。冷蔵・冷凍・滞留スペースを確保して、従業員の負担を軽減することが目下の課題です。本日は、協会を通して黒田会長との出会いがあったように、一企業では持てない協会の情報網を生かして、企業も従業員も取引先も喜ぶ、三方良しとなる健全経営に注力していかなくてはいけないと思います。黒田会長、何か将来に向けて良いお話はありませんか。

黒田 今日のお話では、ケアユー(株)さんは真空調理、(株)セイブさんはクックチルで病院食・介護食を作っているというお話でした。献立によって、真空調理がベストなもの、クックチルがベ

ケアユーの「真空調理製法」とは？

素材の良さを引き出しながら、「安心」・「安全」なお食事づくり。

HACCP認定工場での製造

1

下処理

素材に下処理を施します
プランニング、焼き、揚げ等

2

真空パック

下処理をした食材に調味液を加え、真空パック詰めします

3

加熱調理

真空食材を高圧調理器で加熱・加圧、殺菌調理します

4

急速冷却

加熱調理後、急速冷却し食材に旨味を閉じ込めます

この高圧調理器は九州で当社だけ！！

熱+圧

味が染み込み、やわらか！

徹底した温度管理をお願いします。

冷凍

冷蔵

「真空調理製法」の特徴

1 味の染み込みが良いため調味液は従来の2/3量。

1日の塩分量 7g以下

3 かつ、長期保存も可能に！

2 真空した袋内で調理する為加熱後手が触れず衛生的！

だから、長期保存も可能に！

3 冷凍 2ヶ月

冷蔵 6ヶ月

いつでも、誰が作っても、味がバツグン。美味しい仕上げが簡単再現！

4 やわらか、素材を活かした家庭的な味付けで高齢者の方も食べやすい！

厨房では温めて盛付けだけ！

1

加熱・解凍

2

盛付・配膳

ストなものがあります。企業単独の営業だけではなく、福岡県内の2社の特性を生かし、うまく組み合わせ受注や提案をしたら、病院や施設はより汎用性のある提案を受けられるようになって、おもしろいのではないかと思いました。

元吉 なるほど。

黒田 栄養管理に加えて、患者さまの免疫を上げる料理提供や料理にHACCPを組み込むことも大事です。免疫では、腸内細菌を増やすように天然由来の酵素や乳酸菌を料理やおやつに使います。日本には機能性を持つ天然由来の食品がたくさんあるので、そういう食材を食事に組み込むことはとても大切です。また、衛生面では一例を挙げれば調味料の酒は防腐効果、からは殺菌作用など自然の食材を上手に調理工程に入れ込むこともハード面の衛生対策に加えて大切です。

真空調理とクックチルのコラボ提案はできるか

田中 わが社のクックチルは、加熱調理後90分以内にプラスチックで3℃以下に下げるといふものです。取引先から揚げ物は再加熱でおいしく再現できる、南蛮漬は味が染みておいしいとの声をいただいています。ただ、春雨はプラスチックで水分を飛ばされるせいかポキポキとなって提供できません。

黒田 緑豆の春雨ならば、プラスチックの温度や風力調整で、いもでんぷんでできている春雨は、最後に混ぜ合わせるという工夫もありますね。



ケアユー株博多工場 お祝い膳

田中 ありがとうございます。私は詳しいことが分からないので、現場に伝えて挑戦してもらいます。(株)ケアユーさまの真空調理はどうですか？

辻 真空調理の特徴は、柔らかく仕上げることができることです。レトルト釜なので、加圧と加熱で殺菌もできます。煮物が好評で、高齢の方は特に和食の煮物が好きなので、福岡の醤油を使って地域性を出しています。九州圏内の方にはおおむね好評です。

田中 苦手な料理や食材はありますか？

辻 炒め物関係ですね。肉野菜炒めという献立を加圧しながら加熱するので、どうしても「炒め物風」という仕上がりになります。

田中 なるほど。レトルト釜ですからね。九州にも全国展開をしている企業が介護食市場に参入してきていますが、われわれは地元企業として、九州の食材を使って九州の食文化を取り入れて九州の方々に喜ばれる食事を提供しなくてははいけませんね。黒田会長、この業界でワクワクすることはありませんか。

黒田 平均寿命と健康寿命には約10年の乖離(かいり)があるといわれていますが、食事で健康寿命を長くすることができるとしています。高齢者食に限らず、食事には愛情が大切です。愛があれば、一生懸命考えます。高齢者の方は、すでに基礎疾患を持っておられる方が多いです。そこを食事の力でいかに重症化しないようにしてさしあげるか。患者さまにもご家族にも、国の医療費にも貢献できる「介護食」。私たちは、素晴らしい仕事に就いていると思います。ワクワクしませんか。

田中 まさに、私たちが日々向き合っている介護食提供がワクワクする事業ということですね。会長、元気が出てきましたよ。清水専務、協会から終りのごあいさつをお願い致します。

清水 本日は黒田会長をお迎えして、協会会員の(株)ケアユーさま、セイブ(株)さまから伸長著しい介護市場について自社の取組みも含めて示唆に富んだ内

介護福祉施設経営者・施設長様へ
クックチル袋惣菜のご案内

施設様の様々な
お悩みを解決！

温め
かんたん
袋のまま湯煎で
温められる

累計800万食！

ストック
いらす
365日
配送だから
ストックなし

食中毒
発生ゼロ！
HACCP認定
工場だから
安心・安全

週1でも取引可能！

TEL:0942-27-1218 FAX:0120-712-014
http://t-seibu.com/

株式会社セイブ
スマイルキッチン



株セイブ クックチル袋惣菜

容の座談会ができました。元吉所長から従業員からコロナ感染者が出てしまうことを毎日おびえているというお話がありましたが、協会がjmニュースで農林水産省が食品産業は国民への食料安定供給に重要な役割を担っていることから「一般的な衛生管理が実施されていれば、感染者が発生した施設等は操業停止や食品廃棄などの対応をとる必要はありません。」という通達が出ていることを案内して、HACCPに沿った衛生管理をお願いしているところです。また、黒田会長からは免疫力をアップする食事、善玉菌を増やす介護食の提案もいただきました。

大変有益な時間を、誠にありがとうございました。

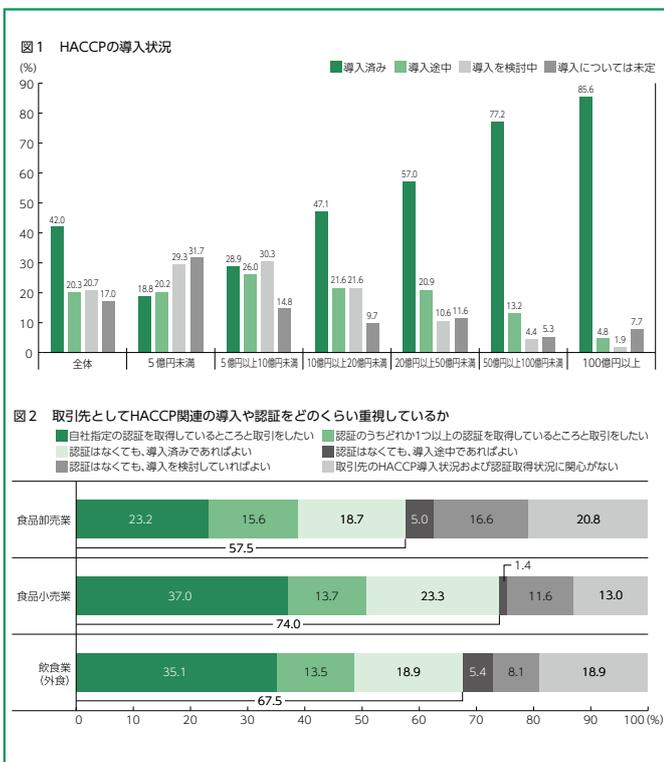
HACCP 制度化に向けた会員企業の取組み

HACCP制度化を 8カ月後に控えた緊急特集

1. HACCP 制度化について

日本政策金融公庫が発表した2019年7月時点のHACCPに関する調査結果では、図1のような結果になっており、全体の過半数は導入済み・導入途中になっているが、売上階層別でかなりの開きがあるようだ。

食品卸売業・食品小売業・飲食業が、取引先に求めるHACCPの導入や認証の取得などの対応の水準は、図2のように過半数を超える企業がHACCPの認証取得や導入済みの食品製造業者との取引を希望しているという結果となっている。



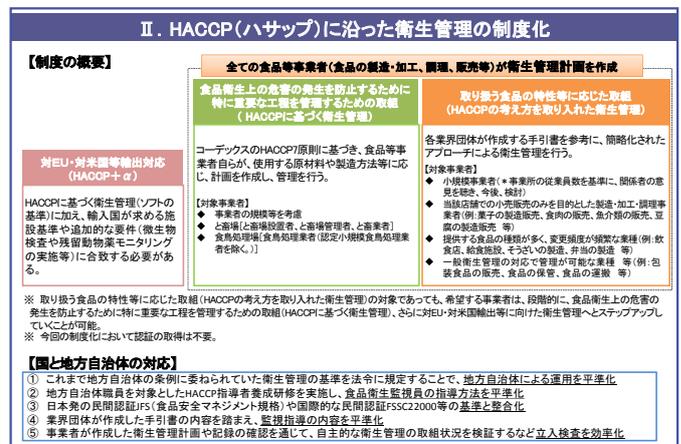
2. 日本惣菜協作成、「小規模な惣菜製造工場におけるHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」について

協会は、今回の「HACCP制度化」に対し、中食・惣菜事業者が、自社の状況に合わせてHACCPに取り組めるよう「HACCPに基づく衛生管理」と「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」の両方の取組みを行っている。

まず、「HACCPに基づく衛生管理」に対しては、業界の特徴に特化した協会独自のHACCP認定（コーデックス基準）として「惣菜製造管理認定事業」（以下「JmHACCP認定」という）を行い、その普及に取り組んでいる。

また、「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」に対しては、早い段階から厚生労働省の技術検討会と討議・審議をかさね、実行可能性のある「小規模な惣菜製造工場におけるHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」を作成し、2019年3月19日から厚生労働省のホームページに掲載している。

(<https://www.mhlw.go.jp/content/11130500/000592395.pdf>)



資料1: HACCP(ハサップ)に沿った衛生管理の制度化

出典: 厚生労働省

3. 会員企業の取組み: 株式会社クック・チャム四国

今回は、加熱調理済み完成品と店舗調理用キット製品(生ものを含む)を、同じ施設で製造している株式会社クック・チャム四国に協会のHACCP担当者が7月17日に訪問した様子を含めて、「小規模な惣菜製造工場におけるHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」に基づく衛生管理の導入状況を確認し、協会の取組みを紹介する。

株式会社クック・チャム四国は協会が作成した「小規模な惣菜製造工場におけるHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」を基本に、衛生管理計画の作成に取り組んでいる。この手引書は1. 運営体制、2. 衛生管理、3. 工程管理、4. 文書記録のひな形で構成されており、その柱となる一般衛生管理と工程管理については、手引書に書かれているそれぞれの「診断書」を使用して取り組んでいる。

2018年6月、食品衛生法の一部が改正され「HACCP制度化」が施行されることになった。これにより、経過措置期限である2021年6月までには、原則としてすべての食品等事業者が「HACCPに沿った衛生管理」を実施しなければならなくなった(資料1参照)。そこで、HACCP制度化を8カ月後に控えた緊急特集として、HACCP制度化に向けた会員企業の取組みを紹介する。



㈱クック・チャムでの打ち合わせ風景

まず、一般衛生管理(運営体制もこの中で処理)を構築するために、工場内で使用している「手引書類」「マニュアル類」「社内ルール」などを全部集め、診断書に書かれている項目別に割り振りし、手引書などが診断書の要求事項に対し、どの程度答えられているかを整理したという。

要求事項に対し答えられているものは○、不足している事項は△とし、今後の対応についても記している。また、手順書などにまとめていない事項については×とし、今後のやるべきことを決め、一般衛生管理構築に取り組んでいた。

しかし、一部進捗が遅い理由として、例えば廃棄物の取り扱いについてどう取りまとめるのか迷っているとの話があった。そこで、現状はどうしているのか聞いたところ、「工場ではごみを分別し、廃棄業者に依頼し、マニフェストで適正に処理をしている」とのことであった。いろいろな書類作成など難しく捉えているようだったので、今実施している手順を文書化(見える化)すればよいだけであると伝えた。また、一般衛生管理をまとめている担当者が廃棄状況を全部把握できていないために文書化(手順書作り)に時間がかかっている感じもあった。HACCPは一人の力で作り上げるものではなく、いろいろな部門のメンバーを集めてチーム編成して構築すべきであることを話し、理解いただいた。そして、最終的には一冊にまとめて、管理することをすすめた。

何十種類もあるメニューは工程管理タイプ別分類で管理

次に「工程管理」であるが、これに関しても手引書の「診断書」を使って衛生管理計画を進め、「加熱後に包装する惣菜」に関しては工程図や記録表を作り、進めている状況であった。しかし、**何十種類もあるメニューをどうまとめていけばよいのか**思案中でもあった。そこで、現在製造している商品を4タイプ(1.加熱しない惣菜、2.加熱後に包装する惣菜、3.包装後に加熱する惣菜、4.加熱と非加熱が合わさった惣菜)に分け、それぞれ売れ筋の代表製品を決めて、**4商品について「診断書」の要求事項にしたがってまとめることを提案した。**

まず、4種類の「製品説明書」を作成し、次に「惣菜製造の流れ」として工程図と受け入れから納品までの工程ごとの作業手順を作成する。そして、工程を明確にしたところで



記録

加熱と計測

「重要ポイント」を手引書にしたがって決め、それぞれについて確認方法・基準・確認頻度・改善措置などを記した「確認ルール表」を作成するように説明した。そして「確認ルール表」を基本に証拠ともなる「記録表」を作るという手順を進めることも話し合った。

なお、基準(値)には根拠が必要で「弁当及びそうざいの衛生規範」「大量調理施設衛生管理マニュアル」などを参考にするか、自社でデータを作成する必要性に関して話した。

このことで、ほかの製品も同様な考えができ、整理しやすいことを理解いただいた。

次に、文書記録に関しても、まず現在使用している記録表を全部集め、一般衛生管理や工程管理の中で必要とした記録表があるか、記録内容が十分か、なければどう作成するかを決める形で進めることとした。なお、記録表作成に当たっては実際使用する現場の担当者によく打ち合わせ、使いやすく作成する必要性も伝えた。

最後に、HACCP制度化は「無駄な作業が増える」と考えるのではなく、**作業工程などを整理することで逆に無駄な作業を浮き彫りにして作業の合理化ができる**ので、この機会に作業の見直しを行う大事さと、でき上がった「衛生管理計画」は定期的実施状況や妥当性を検証し、現状に満足することなく見直すことの必要性も話した。

【企業概要】

2014年に㈱クック・チャムが四国事業部を分社化して㈱クック・チャム四国設立。グループコンセプトは「地域の人達が毎日ワクワクできる“町”のおかず屋さん」。グループの売上約63.8億円、店舗数77、従業員953人・臨時含む(2017年度)。障害者雇用に注力しており、㈱クック・チャム四国でも数名を一般就労者として雇用している。

4. おわりに

惣菜・中食業界は、小規模事業者が圧倒的に多いため、資金面や人材の問題、生産面でも複雑な管理を行わなければならないなど問題は多い。しかしながら、「HACCP制度化」はひとしくすべての食品等事業者が行わなければならない。

来年6月の「HACCP制度化」の経過措置期限まで、もう待たなしの時期である。

まだ「HACCPに基づく衛生管理」か「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」が導入できていない事業者は、早速今日から「HACCP制度化」導入の取組みを始めていただきたい。

協会は、「業界のための協会」であることから、今後も中食業界事業者のHACCP導入・HACCP運用に関して不明点などあればお気軽に相談していただきたい。

【お問い合わせ】

一般社団法人日本惣菜協会 教育技術チーム担当 平賀真基・薄宗仁・武市丈二
TEL 03-3263-0957

activity report

協会活動報告

東北支部Webセミナー開催、200名以上の聴講

東北支部（支部長＝協会理事、(株)仙水フーズ 顧問 千葉 祐之氏）は、7月16日に東北支部Webセミナーを開催した。

協会初のWebセミナーとして、(株)リテールサイエンス 代表取締役社長 大久保 恒夫氏の自宅と、協会事務所をリモートで繋いでZoomのウェビナーを使用して開催した。当初、仙台の会場から来場者を交えたライブ配信を実施する予定だったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止に鑑み、Webのみの配信とした。150アカウントのログインがあり、200名以上の視聴となった。

冒頭、千葉支部長のあいさつを、事前に撮影した動画で配信。続いて大久保氏が、「惣菜は課題が多いが、チャ

ンスも大きい」のテーマで講演をした。大久保氏は、惣菜のデータ分析による食品スーパー惣菜売場の問題解決策や、惣菜のオペレーション改革、商品開発に関する具体策など、多岐にわたった惣菜の改革について述べ、加えてコロナ禍で変化する消費者ニーズやそれに小売業がどう対応すべきなのかなについても語った。

質疑応答では、ウェビナーのQ&A機能を使用して、10問の質問を受け付けた。コロナ禍で外食産業のテイクアウト・デリバリーが増える中で、惣菜業界としてどう対応していくことが必要なのか、惣菜の価値をどう出していくのかなどの質問が多く寄せられた。また、調理済冷凍食品が市場に多く出回る中、惣菜はどう変化していく



(左上) 講師 大久保 恒夫氏 (右上) 千葉 祐之 東北支部長
(左下) 清水 誠三 協会専務理事 (右下) 司会 笠原 耀子(協会職員)

べきなのかなど、活発な質疑応答となった。

最後に協会 専務理事 清水 誠三が閉会のあいさつを行い、Webアンケートを実施して閉会となった。

アンケート結果からも、満足度の高いWebセミナーであったことが伺えた。アンケートの質問項目、「今後、どのようなテーマのセミナーに参加したいですか?」では、「商品開発」や「マーケティング」の人气が高かった。そのほかにも、経営に関する内容や、食品廃棄ロスへの興味の高さも伺えた。協会では今後もWebを活用したセミナーの実施を検討していく。

「惣菜管理士養成研修」動画セミナー 2020年度予告!

2020年度を受講生が視聴できる動画セミナーの内容が決定した。2019年度から引き続き視聴できるもの3つと新規テーマ2つの計5テーマ。協会では各受講生が自宅でもセミナーを受講できるように、昨年より集合研修(必須)から動画セミナー(任意)に変更した。期間中パソコンやスマートフォンなどで視聴できる。

視聴期間は2020年11月10日～2021年1月24日まで。今年の「惣菜管理士養成研修」動画セミナー新テーマと内容は次の通り。

テーマ1 「テイクアウトや宅配サービスを活用する事業者が留意すべき食品衛生の注意点」

【講師】山口大学 共同獣医学部 教授 豊福 肇氏

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、「三密対策」の徹底が推奨された。政府からの緊急事態宣言を受け、地方自治体では外出自粛制限が出された、特に外食事業者の中には休業や閉店を余儀なくされた事業者も少なくない。

そのような状況の中、三密を防ぎつ

つ営業する方法として、テイクアウトによる販売やUber Eatsや出前館などの宅配サービスを活用して食事提供する事業者も現れ、今では多くの外食事業者をはじめ中食事業者もそれらの対応を行うようになってきた。もともと外食においては、調理即喫食の食事提供形態であるため、生残している病原微生物が増殖する前(悪さをする前)に喫食されることから、食中毒になりにくいという点があった。

スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどで販売している弁当や惣菜は、「食品等事業者が実施すべき管理運営基準」や「弁当およびそうざい

「惣菜管理士養成研修」動画セミナーテーマ一覧(予定)

テーマ	講師
テーマ1 テイクアウトや宅配サービスを活用する事業者が留意すべき食品衛生の注意点	山口大学 共同獣医学部 教授 豊福 肇氏
テーマ2 食品表示基準の完全適用(栄養成分表示等)と今後の原料原産地・遺伝子組み換え食品表示	(一社)FOOD COMMUNICATION COMPASS 消費生活コンサルタント 森田 満樹氏
テーマ3 「食品表示制度の最新動向について」	実践女子大学 名誉教授 西島 基弘氏
テーマ4 「食品添加物の安全性を考える」	エコア(株)代表取締役 厚生労働省HACCP手引書作成委員会 専門委員 宮澤 公栄氏

※テーマ3～5は2019年度「惣菜管理士養成研修」の動画セミナーの内容です

の衛生規範」、「大量調理施設衛生管理マニュアル」などに基づいて製造・冷却・保管がされており、調理終了時から喫食されるまで時間の経過や温度変化があっても食中毒を引き起こす微生物の増殖や毒素の産生などが起こらないように管理されている。

また、消費期限についても、保存検査などによって安全に食することができる期限を設定している。しかしながら、飲食店は前述の通り、通常「調理即喫食」が前提であるため、これまでと同じ考えで容器包装し、テイクアウトや配達することによって、病原微生物に増殖や毒素を産生する条件と時間を与えてしまい、食中毒事故を引き起こす要因となっている。

テイクアウト・宅配サービスを活用した営業を行っている飲食店などの外食業者に、販売形態に即した衛生管理をしなければ食中毒のリスクがあること、それらを行うにあたって理解しておかなければならない微生物に関する知識、微生物の増殖や毒素の産生を抑えるポイントを、中食の衛生管理と対比するような形で外食産業および中食産業においても改めて注意喚起できるように解説をしている。

テーマ2 「食品表示基準の完全適用(栄養成分表示等)と今後の原料原産地・遺伝子組み換え食品表示」

【講師】(一社)FOOD COMMUNICATION COMPASS

消費生活コンサルタント 森田 満樹 氏

本年4月1日から加工食品の表示基準が完全適用となり、来年6月には加工食品の原料原産地表示の経過措置期間が終了することから、昨年の動画セミナーに引き続き複雑で事業者が迷う原料原産地表示の解釈と実践方法(やってよい表示とやってはいけない表示、注意すべき表示など)について解説している。

さらに、栄養成分表示が完全義務化になっているので、それについても理解と実施方法を解説している。

今後、国の検討会では、遺伝子組み換えや食品添加物表示の改正などが控えているため、検討状況の紹介や施行に向けての準備などを紹介する。

惣菜管理士 二級カリキュラム変更！(2020年度10月開講より)

三級惣菜管理士 (改訂済み)

2019年度10月開講より

三級	1	食品の特性と惣菜
	2	食品安全と食品衛生
	3	食中毒
	4	法令と表示
	5	栄養と成分
	6	ライフステージと営業

二級惣菜管理士

2020年度10月開講より

二級	1	食品製造の衛生管理
	2	原材料の管理
	3	調理と調味
	4	加工と保存
	5	おいしさと官能評価
	6	食品表示と規格基準

一級惣菜管理士 (改訂予定)

2021年度10月開講より

一級	1	食品の国際規格
	2	HACCPの実践
	3	基準値設定の考え方
	4	食品事故とリスク管理
	5	労働と安全
	6	食と生活文化

惣菜管理士は、全国で27,397名(2019年7月現在)が資格取得している。もともとは惣菜製造を行う事業者のために導入された人材育成教育プログラムであるが、惣菜製造業の資格取得者は全体の20%に対し、食品メーカーのそれは53.8%を占めている。

惣菜を作るためには、あらゆる加工食品や生鮮原材料の特性・栄養素や取り扱い方、食中毒菌などを学ぶ必要があり、「惣菜製造」=「加工食品・食材加工」と言い換えることができ、食品メーカーにおける人材育成プログラムにも転用できるため、食品メーカーからより多くの資格取得者が輩出されている。

協会では、惣菜製造業に特化してい

たカリキュラムを、2019年度から3年をかけ、食品業界全体を視野に入れたカリキュラムへの変更を進めている。

本年度は、三級に続き二級のカリキュラム変更を行う。withコロナの時代には、外食の頻度も激減すると予想されるため、外食産業は「テイクアウト・デリバリー」による売上確保が重要になった。「テイクアウト・デリバリー」が増えることにより、今まで以上に衛生や安全に気配りが必要な事業者も増加すると考えられる。その意味においても、「惣菜管理士カリキュラム」は、人材育成に重要なツールとなると確信している。

詳しくはホームページをご覧ください。
<http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/training/rmm/>

事務局 便い

- 7月30日 2020年度第3回常任委員会、2020年度第4回理事会
- 8月1日～ 2020年度「惣菜管理士養成研修」申込受付開始
- 8月5日 JmHACCP認定審査会

今後の予定

- 8月25～27日 「惣菜管理士資格試験」
 - ・25日 札幌・東京・名古屋・大阪(グランキューブ大阪)
 - ・26日 さいたま・京都・広島・香川
 - ・27日 仙台・金沢・大阪(ツイン21MIDタワー)・岡山・福岡
- 9月1日 2020年度第1回ホームミールマイスター認定試験合格発表
- 9月10日 2020年度惣菜管理士資格試験合格発表
- 9月15日 2020年度第1回デリカアドバイザー修了試験合格発表

jm News10月号「惣菜管理士合格者特集」は合格者確定に時間を要するため、9月30日の発送となります

なごし はらえ なごし
夏越の祓に「夏越ごはん」。

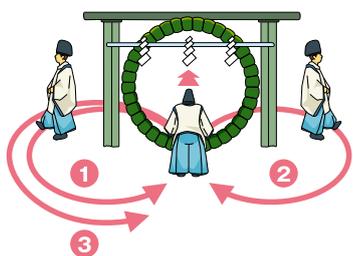
6月30日は、夏越ごはんの日。

公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構では、一年の前半の罪や過ち、心身の穢れを祓い清め、残り半年間の無病息災を祈る神事として、古来より全国の神社で行われている「夏越の祓（なごしのはらえ）」に合わせ、新たな行事食として「夏越ごはん（なごしごはん）」を2015年より提唱し、6月30日を「夏越ごはんの日」と決めました。「夏越ごはん」は、夏を元気に乗り切れるよう、また、一年の後半を新たな気持ちでスタートするとき食べる行事食です。伝統的な和食文化を継承していく取組みとしてご紹介させていただきます。

「夏越の祓」は残り半年間の無病息災を祈る大切な神事

「夏越の祓」は、奈良時代より1,000年以上続く、一年の前半の最終日にあたる6月の晦日に行われる節目の神事です。

神社では鳥居の下や拝殿の前などに茅（ちがや）や藁で作った大きな輪を設け、「8の字」を描くように輪を3回くぐり抜ける「茅の輪（ちのわ）くぐり」を行い、一年の前半の罪や穢れを祓い、残り半年間の無病息災を祈ります。



「夏越ごはん」とは



「夏越ごはん」は、雑穀ごはんの上に「茅の輪」をイメージした丸い食材をのせた行事食です。その昔、蘇民将来（そみんしょうらい）が素盞鳴尊（すさのおのみこと）を「粟飯」でもてなした伝承に由来しています。「ごはん（できれば雑穀入り）」と「茅の輪にちなんだ丸い食材」の2つの要素をおさえれば、夏越ごはんのレパートリーは自由自在。雑穀ごはんに「茅の輪」をイメージした、夏野菜を使った丸いかき揚げをのせ、おろしだれをかけた、かき揚げ丼が基本となっており、夏野菜カレー、ピビンバなど、いろいろな味で「夏越ごはん」を楽しむことができます。

「夏越ごはん」協会会員の取組み

協会会員の株ミツハシ（神奈川）ではこの取組みに賛同し、雑穀ごはん＋夏野菜、茅の輪をイメージした「夏越ごはんおにぎり」・「夏越ごはん助六」を販売しました。

6月24日（一部店舗は22日）から30日の期間限定で、「夏越ごはんおにぎり」を首都圏スーパーマーケット550店舗および株ミツハシのデリバリーサービス「ごはん屋便」で販売しました。また、「夏越ごはん助六」についても首都圏スーパーマーケット50店舗で販売され、いずれの商品も大変好評でした。



ミツハシ
「夏越ごはん助六」



ミツハシ
「夏越ごはんおにぎり」

夏越の祓に「夏越ごはん」。6月30日は、夏越ごはんの日。

本件に関する詳細は、公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構 ホームページ <https://www.komenet.jp/nagoshigohan/> をご覧ください。

サミットストア 神田スクエア店

都心超小型店に挑戦 新たな出店狙う

サミットは7月10日、「サミットストア 神田スクエア店」（東京都千代田区）を出店し、都心の超小型店に挑戦する。同社にとって同区内への出店は初。オフィスビル内や周辺からの来店客をターゲットに売場面積100坪（330m²）ながら本格的な食品スーパー（SM）を開発した。店内調理は生鮮惣菜と惣菜部門の作業場を一緒にしたほか、セルフレジ5台を入れて限られたスペースを有効活用した。実験店として部門の垣根を越えて現場運営し、他店にも波及させる役割を持つ。

コロナ禍で当面、オフィスを中心に昼間の人口が減る懸念がある。周辺には住民も多く住んでいるが、買い物に不便な地域でもあり、オフィスだけでなく、周辺住民もターゲットにできる立地が出店の理由として考えられる。店づくりは作業場と運営を各部門間で連携し、焼き魚や精肉のグリル商品など生鮮の惣菜商品も販売する。来店動

機になる商品を提供するため、適量や鮮度を重視し、刺し身も陳列量を確保した。

青果では少量・適量をメインにし、店内加工のサラダ、アウトバックのフルーツも揃える。鮮魚では味付けの魚やミールキットなどの簡便・半調理品や刺し身を充実させる。焼き魚は平日の夕方ピーク時をターゲットに絞って販売する。精肉は用途別陳列でなく畜種別に陳列、オフィスの昼食需要にはレンジアップ商品も充実させる。精肉素材を使った惣菜商品は惣菜部門が商品化し、夕方から販売する。

惣菜は昼食向けに米飯や寿司を中心に値頃感と適量を意識し、曜日ごとに品揃えも変えて飽きないようにする。夕方以降は、おかずやおつまみを拡大する。全体の品目数は4882品、惣菜の売上構成比22.0%と比重を高く設定している。

店舗概要

所在地：東京都千代田区神田錦町2-2-1

営業時間：午前8時～午後10時

（土日祝午前9時～）

売場面積：330m²

バックヤード：122m²



都心の複合オフィスビル1階に出店



惣菜の作業場は店内から見え、出来たて感を訴求する

ピカール ソコラ武蔵小金井店

商品イメージを明快に シズル感を画像で演出

イオンサヴールが運営する冷凍食品専門店のピカールは、6月19日オープンの「ソコラ武蔵小金井店」で15店舗となった。JR中央線武蔵小金井駅から徒歩3分程度の商業施設1階に出店したもので、商圏は一体開発の物件を含め、多くのマンションに囲まれている。

同社の品揃えはフランスから輸入した冷食を中心に構成、前菜から主菜・主食・デザートまで幅広いメニューを展開するほか、野菜や肉などの素材も扱う。ただ、ベースがフランス料理のため、日本人にはイメージが伝わりにくいところもある。そこで同店は、通りに面したガラス張りの外壁に盛り付けした商品のイメージ画像をデザインして料理名を記した。フランスの地図と合わせ、どの地域の料理かも分かるようにしている。

小野 倫子 社長は、外壁デザインの狙いについて「フランス料理というコー

ス料理のイメージが一般的だが、家庭で日常的に食べられる料理はもちろん異なる。初めてのお客さまが店舗に入る前に、どんな商品を扱っている店なのか分かるように工夫した」と語る。

商品イメージを伝える工夫は売場内でも徹底している。扉付きのショーケースには商品の画像や特徴、アレンジレシピなどのPOPを掲載、パンや鴨肉・フォアグラなどカテゴリーによってはリーフレットも用意して情報を提供する。

商品パッケージはそれぞれ画像を大きくデザインし、シズル感を伝える。セールや季節提案などの販促コーナーを設けるなど、扉付きケースしかない売場ではあるものの、無機質な印象にならないよう工夫している。同店には14席分のイートインコーナーを設けた。コロナ禍で従来のような活用は難しいものの、ワークショップなどのイベントも開催していく。

店舗概要

所在地：東京都小金井市本町6-2-

30 SoCoLA 武蔵小金井

クロス1階

営業時間：午前10時～午後9時

売場面積：135m²



ガラス面の外壁に料理画像をデザイン



POPやリーフレットで商品イメージ訴求

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られ、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 [愛知]



名古屋城

鳥羽の火祭り

恋路ヶ浜



【愛知県全域】

「豆味噌」料理代表 味噌煮込みうどん

愛知県で親しまれている調味料「豆味噌（赤味噌）」で作る「味噌煮込みうどん」。うどんは、「ほうとう」などと同じく小麦粉と水だけでつくり、塩を使わないことで煮こんでも柔らかくなくにくくコシが強い。



【尾張・奥三河地域】

「たまり醤油」で作る鶏肉のすき焼き鍋 かしわのひきずり

たまり醤油は、豆味噌を作るとき、にじみ出た液体のみを取り出したものが発祥である。「かしわのひきずり」は、鶏肉を使ったすき焼きで、鍋の割り下に使われるのが「たまり醤油」である。濃厚な風味とうまみが食欲をかきたてる。

尾張・三河、 二つの歴史が 交差する愛知県

戦国時代、尾張統一を成し遂げたのが織田信長。一方の三河地域は、三河生まれの徳川家康が手中に収め、後に幕藩体制を敷き覇権をにぎる。愛知はロマンあふれる歴史スポットである。食文化においてはどのような広がりを見せたのか。尾張地域、三河地域、県内各地で親しまれている郷土料理を紹介する。



【西三河地域】

ひな祭りの郷土菓子 いがまんじゅう

ひな祭りに食べられているのが「いがまんじゅう」。粒あんを米粉で包んで、表面に着色したもち米をつけた菓子。名前の由来は、岡崎市伊賀町にちなんだという説、ちりばめられたもち米が栗の「いが」に見えるからという説など、諸説ある。



【東三河地域】

全国1位のあさり漁獲量 串あさり

愛知県は、全国1位のあさり漁獲量を誇る。夏の産卵前に栄養をたっぷり蓄え、肉厚でうまみたっぷりの春のあさを串に刺して天日干しにしたシンプルな逸品。江戸時代には將軍家に献上されていたという。

参考=あいちの郷土料理レシピ50選

食の
ひとくちメモ

煮込んでも香りが逃げず、素材のうまみを高めます。

その色から「赤味噌」とも呼ばれる愛知県の豆味噌は、大豆と食塩、水だけを原料にして作られます。大豆に麹菌を直接かつ安全に生育させる味噌玉製麹という伝統

的な技法が用いられるのは、夏場の高温多湿に耐え、長く保存できるからです。煮込んでも香りの変化が少ないのも豆味噌の特徴です。とりわけ、肉や魚介類などの

うまみを相乗的に高める特性を備えます。近年の名古屋めしプームで、豆味噌を使った味噌カツや味噌煮込みうどんなどが全国にも広く知られるようになりました。



World 惣菜は、世界をめぐる Vol. 6 Report



Foodbiz-net.com 代表 道畑 富美 Michihata Fumi

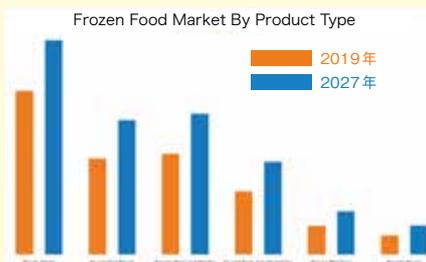
一級惣菜管理士、消費生活アドバイザー。京都大学大学院農学部修士課程修了。外食企業を経て独立し、現在 Foodbiz-net.com を主宰し、外食や中食分野の商品開発、またマーケティングを行う。国内外の食情報をつづったブログ <http://www.foodbiz.asia>



ICELAND パーティ用おつまみ冷凍食品、エンドのプロモーション

イギリスの冷凍食品小売チェーン 冷凍食品の世界市場2027年4,048億ドルへ

冷凍食品の売上げが、世界的に伸びています。新型コロナウイルス感染症発生以前から、冷凍食品の市場は拡大傾向であったところに、自粛モードで内食志向が高まり、長期保存ができて簡単に食べられる冷凍食品は、以前にも増して重宝される食品となりました。Allied Market Research⁽¹⁾によると、冷凍食品の世界市場は2019年の2,918億ドルから2027年には4,048億ドルと、年率4.2%の成長が見込まれるとしています。また今後は、女性の社会進出がさらに見込まれるアジア地域が、有望なマーケットであるとも予測されています。



グラフ：冷凍食品カテゴリーのシェア予想
2019年～2027年 出典：Allied Market Research

欧州の冷凍食品 世界シェアは34.9%

同レポートによると、現在、欧州は冷凍食品の世界シェアにおいて34.9%と、最も高い地域であるといえます。確かに、欧州には日本にも進出しているフランスのピカールのように、冷凍食品専門の小売チェーンがいくつか存在しています。ピカールは現在フランス国内で1,025店を展開し、フランスの人々の日常に即した商品が売られています。同様に、英国にも国内970店を展開するICELANDという冷凍食品に特化したチェーンがあります⁽²⁾。創業は1970年、アイルランド、スペイン、ポルトガル、チェコスロバキアなど海外にも展開をしています。1～2ポンド（1ポンドは140円位）からさまざまな冷凍食品があり、実に多様で多種類の商品が店内いっぱいの冷凍ショーケースに陳列されています。多様な民族が生活する英国では、英国料

理だけでなくエスニック料理の冷凍食品もとても魅力的です。安価ながらもおいしい商品が品揃えされています。

ICELANDが冷凍食品を 薦める3つのポイント

ICELANDが冷凍食品を薦めるポイントを3つ挙げており、「Convenience」（利便性）、「Healthy」（健康）そして「No Waste」（食品ロスのない）の3つです。第一の利便性については、現代の忙しい生活において、食事の準備や料理の省力化が図れること。次の健康面においては、冷凍の技術で栄養分を閉じ込め、人工的な保存料や着色料を使わないこと。そして第3のポイントは、食品ロスが出ないこと。この3点をアピールしています。最後のポイントについては、チルドのレディミールから冷凍食品に切り替えることで、食品ロスが減り、食費もカットできたという大学の論文を引用しています。同社は、2023年までに、商品からプラスチックパッケージを排除することも宣言しており、ただ安価な冷凍食品だけでなく、消費者の健康や環境持続性をも考慮した商品作り、店舗展開をしています。

自社製造・自社販売のCOOK

もう一つ、英国国内で101店を展開するCOOKという冷凍食品専門チェーンも紹介しておきます。同社は、「Remarkable Food For Your Freezer」（驚くべき食品をお家の冷凍庫へ）というコンセプト通り、日常食よりも、少しおしゃれでごちそう感のある商品が品揃えされています。店舗もパステル調で、パッケージもかわいらしいデザイン、どれも買いたくなります。前述のICELANDが「商品押し」の一方で、COOKは「食卓の雰囲気



COOKの子ども向け冷凍食品、パッケージも可愛い

気押し」で、「食べて」というよりも「楽しんで」と、顧客がどう食卓を囲むかの提案が絶妙です。実は、このCOOKの工場に、2016年、日本惣菜協会の有志メンバーで視察に伺ったことがあります。当時社長であるDale氏が対応してくれ、すべての工程を見学させていただきました。

最初に、同社が、B-CORP⁽³⁾のメンバーであることを説明され、社会的貢献、環境面での持続性や地域コミュニティとの共存を考慮した活動をする考え方をもち実行する姿勢について話されました。そのうえで、冷凍食品のメリットについて、①保存料や添加物を使わなくて済む、そして品質が高い。②食品ロスが少ないことが挙げられる。2週間のリードタイム、店に配送するのは週2回。顧客側も買い置きができることが双方にとってメリット。年間を通じて、売上げが最も高くなるのはクリスマス。12月には、ターキーの価格が上がる。9月にクリスマスのターキー商品の仕込みをする。そして11月には、15%引きのセール。人手がある期間に製造し、顧客は前月により安い価格で購入して（冷凍庫に入れて）おけばいいという双方にメリットがあるのは冷凍で製造するからこそと話してくれました。そして、スーパーマーケットに卸すことはしない、自社で製造し自社で売ることは、将来的にも曲げない姿勢であると語ったことも印象的でした。

ひるがえって、日本でも冷凍食品の新製品が次々と発売される開発力、そして、その技術力に感心します。最近では肉・水産の売場に、それぞれ冷凍ショーケースがあり、素材だけでなく、調理済みの冷凍食品も並びます。今後、惣菜の製造や販売も、さらに冷凍化が進むことが見込まれます。

【参考資料】

- (1) Allied Market Research <https://www.alliedmarketresearch.com/frozen-food-market>
- (2) 冷凍食品チェーン各社の店舗数は、2020年7月25日現在、各社のWebサイト情報から。
- (3) B-CORP = B-corporation 顧客・従業員そして社会や環境まで、企業に関わるすべてのステークホルダーにとって便益を生み出す会社であることを、NPO団体が認証している。世界72カ国、3,445の企業が認証されている、<https://bcorporation.net/>

新入会員紹介

(2019年9月～12月入会企業)

正会員

(株)ナプロス

代表取締役 宮野 勲



〒933-0826
富山県高岡市佐野1218-1
Tel : 0766-25-5900

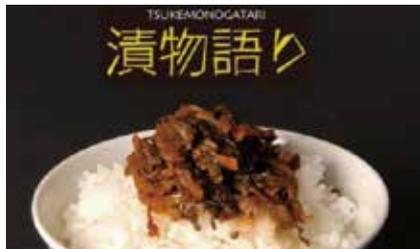
食品改質剤ナプロス・惣菜商品の製造販売

ナプロスは、食品に使用する水に加え、食材と均一な水和反応を起こさせてまんべんなく統合水で覆われた状態にして食品の酸化を防止し、その鮮度を保持させることができる食品原料剤である。また、惣菜商品として、タイ産のオーガニック干瓢を使用し、化学調味料・着色料を使用しない味付干瓢を製造している。

正会員

(株)イヌイ

代表取締役会長 松石 博文



〒830-1117
福岡県久留米市北野町上弓削675-7
Tel : 0942-78-2166

業務用漬物・惣菜の製造・販売

こだわりの高菜を中心に、主に惣菜として利用できる商品を開発。業務用商品は大手の中食やコンビニ、外食チェーンなどにも提供。また、オリジナルのブランド「漬物語り®」として付加価値の高い商品を一般にも販売している。食文化をトータルで創造する企業へと前進している。

正会員

三高水産(株)

代表取締役社長 馬詰 剛



〒901-0306
沖縄県糸満市西崎町4-17-10
Tel : 098-995-3588

自社マグロはえ縄船の運航・魚介類輸入販売・食品加工・仲買業・小売卸および飲食業

自社漁船の運航から始まり水産加工、飲食業まで手掛け、高いレベルでの6次産業化を実現。県内一の取扱い量を誇る生鮮マグロにとどまらず、カマやハラモなどの希少部位を使ったより付加価値の高い製品を自社工場にて製造。さらなるお客さまのニーズに応えるべく、全社一丸となり日々精進してまいります。

正会員

(社福) キャンパスの会

理事長 楠元 洋子



〒885-0017
宮崎県都城市年見町30-1-2-1
Tel : 0986-26-5732

野菜類の加工販売など

障がいのある方が、自分の得意なところを生かして仕事に関わっていただけるよう、弁当・配食業務、リネン事業、農業、食品加工など多種多様な事業を展開している。食品加工では、鶏飯の素、ごぼう茶は好評を得ており、売上利益は、障がい者の方々への給料になり、経済的自立への支援を行っている。

正会員

東立商事(株)

代表取締役 晁 向陽



〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-20
鶴屋ビル5F
Tel : 03-3230-8288

中華料理の弁当・惣菜の製造販売

本格中華料理テイクアウト専門店「麗彩楼・上海飯店・香味楼」を食品スーパーに出店。本場中国の中国人料理長による本格派中華料理を日本人好みにアレンジして、各店舗で一つひとつ料理を手作りしている。サラダ・中華冷菜は、鶏肉や新鮮な野菜・春雨ほかいろいろ食材を使って栄養バランスにも配慮している。

正会員

(株)NAGAI

代表取締役 長井 利正



〒810-0022
福岡県福岡市中央区薬院2-4-15
Tel : 092-716-8573

弁当・惣菜の製造販売

カネ・コネ・技術なしのいないないづくしでスタートしたチャレンジ弁当屋「田ぐり庵」も、今年で22年目。「黄金恵方巻」「お一人様おせち」など個性的な商品で話題も提供してきた。これからも、弁当をきっかけに信頼できる友達が一人増えた、そんな存在でありたいと願っている。

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。

下記QRコードより協会概要をご覧ください。

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
TEL：03-3263-0957 FAX：03-3263-1325 MAIL：souzai-info@nsouzai-kyoukai.or.jp



正会員

ケンミン食品(株)

代表取締役社長 高村 祐輝



〒650-0024
兵庫県神戸市中央区海岸通5-1-1
Tel：078-366-3000

ビーフン、フォーなどの製造販売

1950年神戸創業のビーフンメーカー。国内ビーフン市場の約53%のシェアで日本一。創業者高村健民に因み、健康(健)を皆さま(民)に提供するという理念を持つ。ビーフンの他にも、フォー・ライスパスタ・ライスペーパーなど、米を原料とした加工食品を製造する専門企業である。近年、グルテンフリーがトレンドの欧米にも輸出し親しまれている。

賛助会員

浜田化学(株)

代表取締役 岡野 嘉市



〒660-0843
兵庫県尼崎市東海岸町1-4
Tel：06-6411-3457

廃食油・食品リサイクル業

厨房のお困り事を完全にサポートいたします。廃食油回収をはじめ、ゴミ処理・清掃・トラブルなどすべて対応いたします。環境ビジネスを通じ地球環境の改善と人類の発展に貢献、常にお客さまに満足と納得のいただける安心安全なりサイクルを笑顔で提供します。

賛助会員

(株)フードサポート四国

代表取締役社長 林 雅弘



〒791-1104
愛媛県松山市北土居2-2-22
Tel：089-905-0700

夕食食材セット加工および宅配事業

「フードサポート事業部」としてヨシケイえひめ、香川、高知のヨシケイ事業部の一括仕入れ、加工および包装を行っている。カット野菜北野工場は日本惣菜協会のJmHACCP認定を取得。ヨシケイは「つくる人から笑顔に。」をテーマに、もっと楽しく、もっと豊かな食生活を応援している。

賛助会員

(株)グローバル・クリーン

代表取締役社長 税田 和久



〒883-0066
宮崎県日向市亀崎1-28
Tel：0982-55-0360

クリーンコンサル・衛生管理商材販売

ビルメンテナンス業のノウハウを生かして、プロフェッショナル清掃の視点から食品工場や飲食店の衛生管理支援のサポートをするクリーンコンサルを提供している。可能な限り安心安全なものできれいを実現していく清掃ノウハウをお客さまにお届けする会社である。

賛助会員

(株)サタケ

代表取締役 佐竹 利子



〒739-8602
広島県東広島市西条西本町2-30
Tel：082-420-8549

食品加工機械および食品の製造販売

食品全般に係る加工機械および食品の製造販売などを行っている。中でも核となるのは、創業以来積み上げてきた米の加工技術であり、現在では穀物乾燥調製施設や精米工場、炊飯工場など、収穫・調整加工・精米・炊飯の全工程で使用される機械・設備を生産し、国内はもとより世界約150カ国に供給している。

賛助会員

(株)トリトンフーズ

代表取締役 高木 良樹



〒869-0462
熊本県宇土市城塚町169-1
Tel：0964-23-0010

海藻類全般の加工販売

熊本と仙台の2カ所に工場を持つ海藻加工の専門メーカー。沖縄県産のものと、三陸産のめかぶを中心に、わかめ・ひじき・海藻サラダなど市販用から業務用まで幅広い商品を展開している。熊本工場は国際認証SQF、仙台工場はHACCPを取得し安全で高品質な商品の供給を行っている。



わが社のイチ押し

中央化学(株) 電話：03-5719-7239

Withコロナの惣菜にお薦めのロングライフ容器

中央化学(株)の「Ever Value®」バリア容器は、①鮮度保持、②人手不足解消、③食品廃棄ロス削減を可能とする高機能容器で、社会課題の改善に貢献できるものとして開発を行っている。鮮度保持には、食品の外部からの品質低下を招く要因を遮断することが重要であり、特殊な加工がされたフィルムと容器を使い、容器内に鮮度保持ガスを密閉し、食品の酸化・雑菌の繁殖を抑制することにより、従来品よりも鮮度を保持できる容器となっている。

新型コロナウイルス感染症拡大によって、食のライフスタイルも大きく変わり、日常必需品の買い物時間や回数(頻度)を抑えるため、消費期限の長い食品の需要が伸びている。また、在宅勤務・巣籠り需要の拡大から保存期間が長い商品や常備食、手軽な食としての冷凍食品の需要も高まっている。

その中でも食器に盛り替える必要がなく、容器のまま温めて食べることが可能な商品は、食器洗いの手間も削減できる利便性で需要が伸びている。

一方、スーパーマーケットのバックヤードや病院・施設など食の提供で社会から必要不可欠なエッセンシャルワーカー不足は深刻となっている。

このような社会状況を背景として「Ever Value®」バリア容器は、軽量の

バリアPSP、冷凍流通可能なバリア耐寒CT、そのまま温めることができるレンジ対応のバリアCTで、多様化する要望に応えることができる。

これからのWithコロナ(コロナと共存)社会では、人手不足への提案・作業効率の向上・食品廃棄ロスの低減を考えていかななくてはならない中、ロングライフ商品への転換点として新たな販路を見いだす好機ではないだろうか。



【お問い合わせ先】 中央化学(株) (担当：井本) メール：imotoh@chuo-kagaku.co.jp

(株)テンダーハーツ 電話：086-251-6022

手軽におもち風の食感を作る「サゴもちデキマース」

(株)テンダーハーツの「サゴもちデキマース」は、低利用資源のサゴヤシから抽出されるでんぷんを活用して手軽におもち風の食感を表現できるもので、今年3月に新発売した。各種機関との連携を図り、「のどに詰まらないおもちを手軽に」という、ありそうでなかった食材を実現した。高齢者の嗜好(しこう)に沿って開発を進め、でんぷん分解酵素のアミラーゼによるべたつきを抑えるコア技術を加えて商品化を実現。

サゴヤシは低利用植物資源の一つで、泥炭湿地林でも無農薬・無肥料で生育可能。環境にやさしい食資源として注目されている。

【お問い合わせ先】 (株)テンダーハーツ (担当：蓬郷) メール：t.hougou@outlook.jp



貴社自慢の商品・サービスをPRしませんか？



jmニュース広告掲載のご案内

jmニュースは協会会員企業約600社をはじめ、中食・惣菜に関わる関係団体、事業者配布されるだけでなく、協会のメールマガジンに登録をされている惣菜管理士・デリカアドバイザー資格取得者(約2万人)など、食に従事される多くの方々に愛読いただいています。

【掲載例】

- A4サイズ表紙裏カラー(純広告)
- わが社のイチ押し商品・サービス(記事広告)、ほか多数

掲載をご希望の場合は、下記の問い合わせ先までご連絡下さい。

(株)日本食糧新聞社 jmニュース編集部 担当 福島

TEL：03-3537-1303 FAX：03-3537-1072

E-Mail：fukushima-a@nissyoku.co.jp

ニュースダイジェスト

NEWS DIGEST

東京海上日動火災保険、デリバリー リスク補償の飲食店向け保険発売

東京海上日動火災保険は、7月から飲食店向け保険「テイクアウト・デリバリー総合補償プラン」の発売を開始した。飲食店がテイクアウトやデリバリーで提供した飲食物が原因で食中毒が発生した際の第三者への賠償に備える補償や、SNS上での根拠のない悪評について弁護士に相談する際にかかる費用など、幅広いリスクに対して包括的な補償を提供する。

キューピー、ピネガードリンクに 酒風味新発売

キューピーは7月から、酒のようなおいしさを追求したピネガードリンク「Vinegar Craft Works (ピネガークラフトワークス)」(295ml税抜1,200円)を通販サイト(Amazon、LOHACO)で販売している。グループ企業であるキューピー醸造の酢の技術を生かしたもので、ビア(ビール)・ハイボール・シャンパンロゼの3種の酒のおいしさを楽しめる。ピネガードリンクへの「飲みづらい」「甘いタイプは好みに合わない」などの要望に対応した。

食品産業センター取引慣行調査 不当要求に「応じる」が増加

小売業の不当な値引きの要求や特売商品などの買ったたきに対してメーカーが応じるケースが大幅に増えている。食品産業センターの「令和元年度食品産業における取引慣行の実態調査報告書」(調査期間2月)でわかった。調査では特に不当な値引き、商品の買ったたきなどでは「ほとんど応じていない」と「まったく応じていない」が

大幅に減少し、「ケース・バイ・ケースで応じている」が大幅に増加したと報告している。

CVS3社、物流提携で共同配送実験

経済産業省の支援でセブン・イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソンのコンビニエンスストア(CVS)3社はチェーンを横断して各店舗への共同物流を8月1日から実証実験し、競合の垣根を越えて物流の連携に踏み出した。共同在庫の可能性も検討するため、一部商品は新たに設けた共同物流センター店舗別ピッキングなども行い、トラックの運行台数の削減や積載率を向上して生産性を高めることを狙いとしている。実証実験では東京都内湾岸エリアで、3社の近接したセブンイレブン13店、ファミリーマート13店、ローソン14店の計40店。

変わるレジの役割

商品スキャン・決済・袋詰めに鍵

コロナ禍で需要が急増したスーパーなどの店頭では、レジ前に生じる密集が問題視された。ただ、レジの役割は変わろうとしている。キャッシュレス・ポイント還元事業でキャッシュレス決済が注目され、一部チェーンではセルフスキャンの実験もスタートしている。買い物に必要な手続きは、必ずしもレジを経由しなくても済む環境が整いつつある。チェーンストアのほとんどがセルフサービスの業態だが、レジだけはセルフ化されていない。変化は商品スキャン・決済・袋詰めに分散させることでもたらされるはずだ。

19年度チーズ総消費量、 5年連続最高を更新

農林水産省が7月17日に公表した2019年度「チーズの需給表」によると、総消費量は昨年度を上回る前年比1.5%増の35万8229tとなり、5年連続で過去最高を更新した。ナチュラルチーズ(NC)輸入量も昨年に引き続き最高記録を更新し、同2.6%増の28万6938t。健康志向や外食メニュー定着などを背景にした

堅調な需要が見られた。ただし、第四半期(20年1~3月)以降は新型コロナウイルス感染拡大により、ボリュームの大きい業務用需要の停滞があることから、特に今年度下期以降の動向が消費量の増減を大きく左右すると考えられる。

富士経済 高齢者向け食品の国内市場 調査 2025年市場予測2046億円

富士経済は2月にまとめた「高齢者向け食品市場の将来展望 2019」で、高齢者向け食品市場について2025年は2018年比25.5%増の2046億円と予測した。市場は低タンパク食を除くすべての品目が伸長するとみられ、高齢者人口が増加する中で、在宅では老老介護やライフスタイルの変化、施設では深刻な人手不足を背景に高まる調理の簡略化需要、介護や健康寿命の延伸が背景にある。

6月度主要小売企業販売

百貨店・GMS引き続き下げ幅縮小

6月度の主要小売企業の販売動向はコロナ禍で4月に前年比で7割近く落ち込んだ百貨店も前年比85%、低調だった外食も同78%まで回復してきた。しかし、7月に入って全国的にコロナ新規感染者が急増しており、新しい形の営業方法を模索中の中で戸惑いを隠せない。

2020年6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	820	▲1.4	▲2.1
②食品スーパー	908	▲0.1	▲1.0
③百貨店	241	▲14.6	▲15.1
④CVS	—	—	▲6.1
⑤外食	—	▲21.9	—

※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

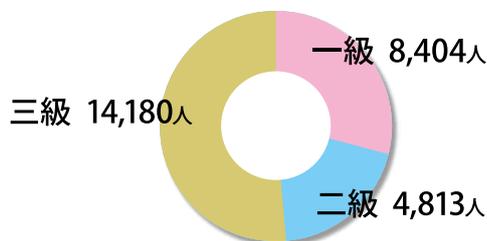
【受講の流れ】



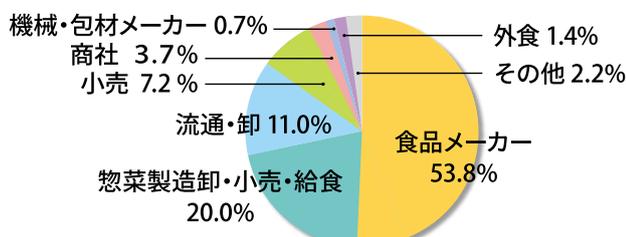
全国2万7千人以上の惣菜管理士が活躍中!

(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/

