

謹賀新年
2022

Special Talk 新春対談“あの人と60分”

卸と惣菜の“信頼”で農産物サプライチェーン模索

(一社)全国青果卸売市場協会 会長
熊本大同青果(株) 代表取締役会長

(一社)日本惣菜協会 会長
(株)ヒライ 代表取締役社長

月田 求仁敬氏 × 平井 浩一郎氏

第3回お弁当・お惣菜メニュー提案CUP

一般社団法人 日本惣菜協会 入会のご案内

日本惣菜協会は、中食・惣菜事業者の支援のため、教育プログラムの提供、研修やセミナーの開催、企業間の交流の場のご提供、市場分析、行政への提言、衛生品質管理体制づくりのサポートなどを行う業界団体です。
会員企業へのさまざまなサポートにより、中食・惣菜産業のさらなる社会的地位向上を目指します。

協会
の
事業

◆ HACCP 認定事業

- ・ HACCP 手法支援法の「惣菜・カット野菜における国の指定認定機関」
- ・ 惣菜製造管理認定事業 (JmHACCP)

◆ 教育事業

- ・ 惣菜管理士養成研修
- ・ デリカアドバイザー養成研修
- ・ ホームミールマイスター

◆ 業界共通課題への取り組み

- ・ AIやロボット化の推進
- ・ 製品規格書および番重などの規格統一 など

◆ 惣菜の普及広報・調査研究

- ・ 惣菜白書発刊
- ・ jm News 発刊

他、さまざまな活動を行っております。
詳しくはホームページをご覧ください。

日本惣菜協会の入会メリット

● 各種セミナーへのご参加

東京で開催する各種セミナー・研修会、全国8支部で開催する「支部セミナー」にご参加いただけます。

● 会員相互の交流・連携の場のご提供

セミナーや総会など、業界の多くの方々がいらっしゃる交流・情報交換の場にご参加いただけます。
毎年5月の総会と1月の賀詞交歓会は、約700名の業界関係者が交流を図る有益な場となっております。

● 行政情報の配信

● 協会機関紙「jm News」の配布・配信

● 惣菜データ集「惣菜白書」の無料配布《1冊》^{※1}

● 協会出版物の割引販売

● 各種養成研修の会員価格での受講

「惣菜管理士養成研修」「デリカアドバイザー養成研修」受講料は割引価格となります。

● HACCP 支援法審査料の優遇^{※2}

● 共同購入・PL 保険制度へのご参加^{※2}

● 国内外研修へのご参加^{※2}

● 優良社員表彰制度^{※2}

● 外国人従業員向け「衛生教育DVD」の無料配布 ※希望社のみ

※1 正会員・賛助会員のみ
※2 正会員のみ

【会員数】 正会員 373 社 賛助会員 228 社 協力会員 33 社 合計 634 社 (2021年12月6日現在)



一般社団法人
日本惣菜協会
Japan Ready-made Meal Association

〈お問い合わせ〉

TEL : 03-6272-8515 FAX : 03-6272-8518 Mail : souzai-info@nsouzai-kyoukai.or.jp

全社員が惣菜管理士の取得を目指す 知識を裏付けに、付加価値商品を提供

㈱MSフレッシュデリカ（埼玉県）は三菱食品㈱の子会社で、首都圏を中心とした食品スーパーのバックヤード向けのメンチカツやとんかつなどチルドの揚げ物半製品（パン粉付製品）に定評がある。加えてチルド原料を使用した唐揚げや豚丼などの漬け込み作業や、レバニラ炒めなどのキット商材のラインアップを広げている。また、今年度は冷凍調理食品の製造もスタートした。



食品に関わるあらゆる知識を 学べる惣菜管理士養成研修

私は、三菱食品の営業職からの出向で、MSフレッシュデリカに来て2年目になります。惣菜管理士の資格は当時の会社で推奨していたこともあり、15年ほど前、営業活動に役立つと思い取得しました。商談に深みが出たことを感じた記憶があります。そして、2年前に製造現場の代表となって立場が一転、毎日が衛生・品質・従業員・数値など、たくさんの管理と向き合うことになりました。15年ほど前に学んでいた知識がベースにあったので、現場への対応がスムーズにできたのではないかと思います。

惣菜管理士養成研修は、製造・品質管理・栄養・工場管理・販売・経営と食品に関わる幅広い知識を網羅的に習得できるので、13名の社員全員の資格取得を目指して、まず22年度は全管理職が研修を受講するようにします。

当社の工場は、18年に食品安全マネジメント協会のJFS HACCPを取得し、毎月1回HACCP担当者を中心に

工場長と各部門代表が集まり、HACCPに加えて三菱食品の品質管理部門による年間進捗計画に沿って勉強会をします。勉強会で学んだことを各職場に落とし込んでいくので、全員が同じ目標と知識を持ち仕事に取り組み環境が整ってきたと思います。

生産管理プロジェクトで、 売上げ・利益を上げる!

20年5月から生産管理プロジェクトを立ち上げ、全員で生産・販売を計画的に行い、売上げ・利益を上げる活動に取り組んでいます。21年度の売上げは前年比約120%の着地を予定しています。当社の強みは手作業とライン化の融合です。肉のカットなどは、熟練のパートさんがチルドの生肉を脂身やさしの具合を見て均等な肉質になるよう切り分け、仕入れた肉をすべて無駄なく使い切るという目標で加工してもらっています。結果として肉の仕入れ品数を増やさずにメニュー数を増加することが可能になるなど、プロジェクトの効果が出てきています。

今後も、お客さまに安全でおいしく召し上がっていただくために、原点である手作業による加工を強みにして、バックヤードで作る付加価値の高い商品の提供とオペレーションの効率化を支援していきたいと思っています。

jm News Contents



笑顔イキイキ	03	㈱MSフレッシュデリカ 服部 恒治 さん
New year's reflections	04	2022 年頭所感
新春対談	12	卸と惣菜の“信頼”で農産物サプライチェーン構築
企業訪問	16	㈱クリタエイムデリカ
協会活動情報	17	協会活動 「第3回 お弁当・お惣菜メニュー提案CUP」表彰式開催
(PR) 特別連載	20	SIM活用支援プログラム①
お惣菜でつくる健康 No.8	22	健康長寿のための栄養 石坂 優子 氏
日本の郷土料理	23	発見! 郷味 [福井]
Skill Check & Study Go!	24	チャレンジクイズ
行事と食	24	ひな祭りのごちそう 江原 絢子 氏
ニュースダイジェスト	25	業態別惣菜売上前年同月比など
わが社のイチ押し	26	東罐興業㈱
会員名簿	27	2021年12月現在

アフターコロナに向けた 大きな一歩の年に

一般社団法人日本惣菜協会 会長

平井 浩一郎

(株)ヒライ 代表取締役社長



新年明けましておめでとうござい
ます。旧年中は会員の皆さまをはじめ、関係省庁・団体の皆さまにはご支
援ご協力を賜り、厚くお礼申し上げます。

昨年も一昨年に引き続きウイズコロ
ナの1年となりました。

昨年発表した2020年惣菜市場規
模は、新型コロナウイルスの影響を受
け、前年比95・2%の9兆8195億
円と、市場規模が前年を下回ったのは
2009年以来11年ぶりのこととなり
ました。

夏には1年遅れの東京オリンピック
・パラリンピックが開催されました
が、インバウンドが選手や関係者に限
定され日本食・惣菜の魅力を世界の皆
さまへ十分に伝えられませんでした。

また、度重なる緊急事態宣言などの
発出、世界的な食糧需給バランスの不
均衡化や円安傾向、帰国を待つ外国人
労働者への対応、最低賃金の引き上げ
など、経営環境はこれまでに経験した
ことがないほど厳しい年でした。昨秋
にはワクチンの2回接種者も一定数に
達し、感染者数も落ち着きを見せ始め
たことから、今年は、中食・外食と
いった食市場も、回復傾向に向かうこ
とを期待しているところです。

今春には安価なロボットを提供

このような中、協会では、昨年5月
に「ニューノーマル時代の新たな
『食』を示唆し、企業経営の一助とな
るよう『中食2030』を発刊し、ア

フターコロナに向けた提言を行いまし
た。また、一昨年に実施した「惣菜業
界における実態調査アンケート」によ
り把握できた課題解決に向け、大きな
一歩を踏み出しました。それは昨年9
月に経済産業省の補助事業に採択さ
れ、One for all, All for oneの理念
で、協力企業とともにロボットフレ
ンドリーな環境を実現する取り組みで
す。今春には、惣菜製造業に携わる多
くの企業さまに安価で使いやすいロ
ボットを提供し、これまで長年の共通
課題であった生産性向上・人手不足が
少しでも改善されるよう鋭意取り組ん
でおります。

そして、アフターコロナのインバウ
ンド回復を見据え、日本の惣菜をより
理解していただくため、海外や外国人
に惣菜商品の英語表記にも取り組んで
おります。広く会員の皆さまにご利用
いただけるようなものを制作している
ところです。

他方、「製品規格書の統一」「外国人
材の活用」「短時間労働者への社会保
険適用」などの業界課題、持続可能な
社会のために「食品の廃棄ロス」「廃
プラスチック」などの世界的な課題で
あるSDGsへの対応にも引き続き取
り組んでまいります。

惣菜管理士資格試験制度30年 述べ3万人以上を認定

今年、惣菜管理士資格試験制度の
開始から30年目を迎えます。現在まで
に3万人以上の惣菜管理士を認定して

まいりました。昨年10月に開講した養
成研修においては、過去最高となる計
3965名の受講生となりました。コロ
ナ禍においても、多くの企業が人材
育成に注力されていることが伺えま
す。惣菜管理士資格制度は市場の変
化・拡大とともに、業界に必須の制度
として、今後もより充実した仕組み・
内容に進化させたいと考えておりま
す。

惣菜産業は国民の食生活に欠かせな
い重要な産業であり、中食に対する消
費者の期待も大きくなるばかりです。
協会では、惣菜管理士事業をはじめと
し、さまざまな業界課題解決への取り
組みを通じ、会員一丸となって健全で
魅力ある業界を作り上げていきたいと
思いますので、積極的なご参画をよろ
しくお願いいたします。

さらなる食品業界 発展を目指して

これからも豊かな食文化を守り継承
していくとともに、国民の食生活に欠
かせない重要な産業としての誇りを持
ち、さらなる業界発展を目指して一団
体の活動にとどまらず、関係する業界
団体および、農林水産省をはじめ各行
政機関との連携をさらに強化して各事
業を進めてまいります。

どうか本年も変わらないご支援・ご
協力をお願い申し上げますとともに、
皆さま方の益々のご発展を心よりお祈
り申し上げます。年頭のご挨拶とさせてい
ただきます。

中食業界と連携強化で 発展を後押し



農林水産省
大臣官房 新事業・食品産業部
外食・食文化課長

須永 新平氏

既に2年近くの間、世界全体が新型コロナウイルス感染症の影響を受けておりますが、貴協会では、理事会や各地支部セミナーをオンラインで配信する等、工夫を凝らしながら会員の皆様へ有益な情報発信を行われてきました。「惣菜管理士」や「デリカアドバイザー」などの資格試験の運用にも引き

続きを入れて取り組まれ、食品に関する正しい知識の普及に貢献いただいております。「惣菜管理士」については、これまでに資格取得者が3万人を超えており、食に関する専門的な知識を持った方々が幅広く活躍されております。貴協会の継続的な取組に、心から敬意を表します。

また、会員の皆様におかれましては、国民の生活環境の変化や多様な嗜好に柔軟に対応されながら、健康的で豊かな食生活の実現に貢献していただいておりますこと、この場をお借りして深く感謝を申し上げます。

また、第二次岸田内閣において外務大臣を拝命いたしました。これまで参議院議員として五度の閣僚経験を含めさまざまな分野・立場で仕事をさせていただきましたが、その経験を活かして、気持ちを新たに誠心誠意取り組んで参ります。

現在、国際社会は時代を画する変化の中にあります。これまで国際社会の平和と繁栄を支えてきた普遍的な価値、国際秩序に対する挑戦が一層健在化し、また、経済的要因が安全保障を大きく左右するようになってきています。

こうした中で、先輩方のご努力により世界から得た日本への信頼を基礎に、普遍的価値を守り抜く覚悟、日本

力をよりよくお願いいたします。

また、生産性向上については、惣菜工場におけるロボット・AI導入を促進するため、貴協会が先陣を切って関連企業と連携しながら実現に向けた取組を始められたことと承知しております。今後も働き方やライフスタイルが変容していくことに伴い、惣菜に対するニーズも多様化していくことが予想されます。こうした変化に柔軟に対応していくためにも、皆様の取組はより重要なものになっており、引き続きの取組を期待いたします。

農林水産省としても、中食業界のこれからの発展を後押し出来るよう、皆様と連携を強化し、施策の推進に尽力してまいります。

結びに、貴協会の益々の御発展と会員の皆様の御健勝を祈念申し上げます。年頭に当たっての私の挨拶といたします。

人に幸せと健康をもたらす 惣菜産業の活躍に期待



衆議院議員
外務大臣

林 芳正氏

年頭にあたりご挨拶申し上げます。日本惣菜協会の皆様には、日頃よりご支援を賜っておりますことに厚く御礼申し上げますとともに、良質・安全な惣菜を提供し、毎日の国民の食生活を支えておられますことに敬意を表します。

わが国で新型コロナウイルスの感染が確認されてから2年が経とうとしておりますが、世界各国においても未だ完全な収束に至っていない状況にあり、皆様におかれましては大変ご苦労された1年であったと拝察いたします。

私にとっては、昨年の総選挙において衆議院議員としての活動の場をいただき、大きな節目の年になりました。

続きを参ります。

皆様の本年のご多幸とご健勝を祈念申し上げます。新年のご挨拶とさせていただきます。

「惣菜産業」の使命に則り、ますますご活躍されることを期待しております。

謹賀新年

ロボットフレンドリーな環境を 惣菜業界に広げて自動化を 推進していきましょう



経済産業省
製造産業局
ロボット政策室 室長補佐(総括)
福澤 秀典 氏

ロボットは性能に注目されがちですが、普及に重要な指標の一つは価格です。技術が優れていても、買い手がいなければ普及しません。現在、多種多様なユーザーの声にロボットメーカーや現場へのロボット導入を担うシステムインテグレーターが真摯に対応し、個々のロボットシステムが作られてい

新年明けましておめでとうございます。皆様には、日頃より、経済産業行政の推進にご理解とご協力を頂き、御礼を申し上げます。

経済産業省としては、人手不足対応や生産性向上もさることながら、コロナ禍における非接触化を実現すべく、ロボット導入を含む自動化を推進しており、貴協会と密に連携をさせていただいております。

ロボットは性能に注目されがちですが、普及に重要な指標の一つは価格です。技術が優れていても、買い手がいなければ普及しません。現在、多種多様なユーザーの声にロボットメーカーや現場へのロボット導入を担うシステムインテグレーターが真摯に対応し、個々のロボットシステムが作られてい

ます。しかし、作られた製品は特定ユーザー向けとなるが故、大量生産が困難となり一向に価格が下がらず、今こそロボット導入が必要な分野で導入がかなわない、というのが現状です。

その状況を払拭するためには、所与の環境にロボット導入する“発想から脱却し、ユーザー側が、ロボットを導入しやすい環境、いわゆる“ロボットフレンドリーな環境になる”発想への転換が必要です。経済産業省は、産業界と連携してユーザー側におけるロボット環境の実現に注力しております。そうすることで、ロボットの大量生産が可能となり価格が引き下がる構造を作り出すことが狙いです。

具体的には、産業界と「ロボット実装モデル構築推進タスクフォース」を

設立し取組を進めております。その中では、食品分野として「惣菜の盛り付け工程の自動化」に最優先でフォーカスをあてており、盛り付けし易い惣菜のパッケージ（ロボフレ弁当）、それを前提とした盛り付け自動化ラインの構築、惣菜業界に導入しやすいロボットアームやハンド、量子コンピューターを活用したシフト計算などの検討を進めております。ぜひとも、この取組を貴協会と連携しつつスピーディーに成し遂げ、貴協会をハブとしてこの解決策が横展開されることで惣菜業界全体の自動化に寄与するよう、今後も取り組んでまいります。

本年も引き続き、経済産業行政の推進のため、皆様方のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

食品衛生行政の推進に さらなる協力を



厚生労働省
医薬・生活衛生局
食品監視安全課長
三木 朗 氏

謹んで初春のお慶びを申し上げます。皆様には、日頃より、食品衛生行政の推進にご理解とご協力を頂き、改めて御礼を申し上げます。

さて、段階的に施行されてきました改正食品衛生法については、昨年6月に完全施行され、原則として全ての食品事業者等に対してHACCP（ハザード）に沿った衛生管理の実施を求め、営業許可の見直し及び営業届出制度の創設、食品の自主回収（リコール）の届出制度が始まりました。

事業者の皆様には、日本惣菜協会が作成された手引書「小規模なそうざい製造工場」を活用され、HACCPに沿った衛生管理が普段の業務の一部として定着するよう、地道に取り組んでいただくようお願いいたします。厚生労働

省としても引き続き、特に小規模の事業者の皆様に対する必要な技術的支援を行ってまいります。

また、営業許可業種の再編および届出制度についても、必要なQ&Aの発出などを行なってまいりましたが、引き続きこれらを継続し、制度の円滑な施行に努めてまいります。特に許可に

関しては、原則1施設1許可の考え方のもと、事業者の皆様の負担軽減、行政の監視の効率化等を図ってまいります。さらに、食品のリコールの届出についても、これまで適切に対応いただいておりますが、国民の皆様へ分かりやすい情報提供が行なわれているところですが、迅速かつ円滑な運用に努めてまいります。

輸入食品についても、昨年同様、輸

入食品監視指導計画に基づくモニタリング検査等を通じて、安全確保を図ってまいります。

さらに、食品等の輸出に関しても、輸出食品の安全確保の観点から、特に輸出食肉施設や輸出水産施設の認定などについて、農林水産省などと連携し、政府一体となって、適切に取り組んでまいります。

本年も引き続き、食品衛生行政の一層の推進のため、貴協会の皆様方のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。新年のご挨拶とさせていただきます。

協会副会長 新年の抱負

【質問事項】 ①2021年を振り返って ②2022年の抱負



林 香与子

(株)マルハ物産
代表取締役会長
(徳島県)

① 2年にも及ぶ新型コロナウイルスも勢いを弱めてきたようです。しかしオミクロン株の出現で、多少余裕が出てきた消費者も芯から緊張感を取り除かれずテイクアウト・内食は続きそうです。

② コロナ対応、経済回復に加え社会課題の解決への貢献という複数の要素に対応するため、サステナビリティ経営に取り組んで参ります。また、インバウンド需要に当期期待が出来ない中、地元の交流人口を回復・拡大し、にぎわいを取り戻すために食を通じた新しいブランド価値の創出を目指します。

2025大阪、関西万博に向けて日本飛躍!! 経済の起爆剤に!!



黒田 久一

(株)フルックス
代表取締役社長
(奈良県)

① まだまだ続くコロナ禍。そのような環境の中、あらゆる原料コストの上昇と労働力不足に苦しめられた1年でした。(株)フルックス東海の新しい工場が完成し、東海エリアへの足掛かりが出来ました。

② 弊社グループは環境が激変するこのタイミングで、自社の未来を展望しようとして議論を重ね「FRUX2030デザインノート」を作成し、2030年に「なりた姿」のスケッチを交えながら、デザインノートに仕上げました。困難な時代ですが、これを指針書とし、一歩ずつ前進してまいります。



上西 宣行

だるま食品(株)
代表取締役社長
(北海道)

① 新型コロナウイルスに加え異常気象などで農産物の生育不良があり、“食”を扱うわれわれにとっては厳しい年となりました。原料の高騰や不足が生じる事態が起こり得る、重大な局面に差し掛かった年と言えます。

② ネットオーダーのデリバリーは、大手企業のみならず個人店も市場に参入するなど群雄割拠の様相を呈しています。中食業界では今、こうした業界の垣根を越えた対応が求められております。協会では今後も消費構造の変化を捉えてさまざまな角度の問いを共有することで、会員さまの事業推進に貢献できればと思います。



今里 有利

(株)今里食品
代表取締役社長
(兵庫県)

① 昨年来の長引くコロナ禍不況に際し、会員企業の皆さまの筆舌に尽くし難い艱難(かんなん) 辛苦に対して、当協会が十分な互助機能を果たせたのかと懸念を持っております。苦境の中で、より価値のある惣菜の安定製造、安定供給に奮闘された会員企業の皆さまに敬意と賞賛を表します。

② 昨年は年初以来、当協会の活動を、省人化・標準化・規格統一など個社では成し得ない業界共通の課題達成という観点での、全体最適を図る方向へと推し進めました。引き続き会員企業の皆さまに、当協会の活動へのご意見、ご協力、ご賛同を積極的に賜りますようお願い申し上げます。



田中 憲治

(株)セイブ
代表取締役社長
(福岡県)

① 東京オリパラは何とか無事に開催されましたが、2021年前半はコロナにより売上げの減少や感染対策、新しい生活様式など対応に追われ、身近にコロナ感染による工場生産ストップの危機を感じました。後半は徐々に落ち着き始め外国人技能実習生が母国に帰り始めましたが、面接済みの実習生は入国できないという人手不足に見舞われています。原材料の値上げラッシュにもかかわらず、売価に反映できない苦しい状況が続いています。

② 協会が取り組む「ロボフレ」事業で、IT推進と生産性向上を実現。お客さまや求職者から選ばれる会社の実現を目指しより一層「働き方改革」「SDGs」「所得向上」などに寄与できればと考えています。



酒井 益幸

(株)ミノカン
代表取締役会長
(愛知県)

① コロナ禍を契機に、すっかり「新常态時代」に突入したように思います。これは三密回避だけではなく、人々の暮らし方の根幹を見直すようなものを感じます。特に昨年は「エシカル」や「SDGs」という言葉を目にする機会が増えました。環境配慮や社会貢献に世間の関心が集まってくるのではないかと思います。

② 今年は環境貢献を深く考える必要があると思います。例えば使用する包装資材はどのぐらい地球環境にやさしいのか。ここを重視する大手流通業は増えており、その多くが「SDGs」を企業戦略に取り入れています。今後発展成長するため、惣菜業界も取り組んでいかなくてはならないと思います。

とうございます

株式会社 ヒライホールディングス 株式会社 ヒライ

代表取締役社長 平井 浩一郎

〒八六〇〇〇四七
熊本県熊本市西区春日七二二六七一〇
電話 096(324)3666

だるま食品株式会社

代表取締役社長 上西 宣行

〒〇四七〇二六一
北海道小樽市銭函三二五二四一八
電話 0134(62)6011

フルックスグループ

代表 黒田 久一

株式会社フルックス
株式会社フルックス東海
株式会社味の和路

〒六三九一〇三二
奈良県大和郡山市池沢町二二〇
電話 0743(59)6776

細煮の名品 那古野の華 株式会社 ミノカン

代表取締役社長 酒井 幸太郎

〒四八八〇〇五七
愛知県尾張旭市北山町北新田一〇二二一
電話 0561(53)2505
FAX 0561(53)2590

株式会社 セイブ

代表取締役社長 田中 憲治

〒八三〇〇〇六三
福岡県久留米市荒木町荒木一六
電話 0942(27)1212
FAX 0942(27)3241

株式会社 今里食品

代表取締役社長 今里 有利

〒六六五〇〇五一
兵庫県宝塚市高司五一―一五二
電話 0797(76)3221

株式会社 三和製玉

代表取締役社長 松永 豊

〒九三〇〇九一六
富山県富山市向新庄町八一―一九
電話 076(451)1555
FAX 076(451)6160
URL <https://www.sanwaseigyoku.co.jp>

ミートセンター 杉本畜産株式会社

代表取締役 杉本 真得

〒七四〇〇〇六一
山口県玖珂郡和木町四一九二四
電話 0827(53)4129
FAX 0827(53)6280

イケウチ株式会社

代表取締役社長 池内 孝輔

〒九二〇〇二五五
石川県金沢市駅西本町四一―一五
電話 076(263)6811
FAX 076(223)4123

株式会社 ヤマザキ

代表取締役社長 山崎 朝彦

〒四二一〇一〇一
静岡県榛原郡吉田町住吉五四三七―六六
電話 0548(28)6650
FAX 0548(28)7603
URL <https://www.yamazaki-gr.jp>

株式会社 仙台水産

代表取締役社長 本田 誠
代表取締役副社長 石森 克文

〒九八四一八五五
宮城県仙台市若林区御町四一―二一
電話 022(232)8281

生産者と共に歩んで60年

株式会社 マル儿物産

代表取締役会長 林 香与子

本社 / 〒771-0218
徳島県板野郡松茂町住吉4-3
TEL: 088-699-2345
FAX: 088-699-2757

東日本事業所 / 〒300-0026
茨城県土浦市木田余5036-1
TEL: 029-824-0677
FAX: 029-824-5876

- ・有限会社マルハファーム (農業法人)
- ・江蘇得宝食品有限公司 (中国独资公司)
- ・河北滿路華食品有限公司 (中国合弁公司)

あけましておめで

株式会社 魚宗フーズ

代表取締役社長 山本 雅史

〒七〇二一八〇〇二
岡山県岡山市中区桑野七〇九一〇
電話 086(274)0034

株式会社 ほっかほっか亭 総本部

代表取締役 青木 達也

〒五三〇〇〇一四
大阪府大阪市北区鶴野町三二〇
電話 06(6376)8048

フジフーズ 株式会社

代表取締役
社長執行役員 武藤 与志巳

〒一〇三〇〇二七
東京都中央区日本橋三二一〇一五
オンワードパークビルディング一三階・二四階
電話 03(6262)5810
FAX 03(6262)3160

株式会社 クリタエイム デリカ

代表取締役社長 栗田 美和子

〒三四三〇〇二五
埼玉県越谷市大沢三二七一
電話 048(962)9105
FAX 048(964)5720

サトウ産業 株式会社

代表取締役社長 佐藤 昭二

本社工場 〒九四六〇〇三五 新潟県魚沼市十日町四八二二三
電話 025(792)5811
前橋工場 〒三七〇一三三 群馬県前橋市五代町九五一
電話 027(289)9446

藤本食品 株式会社

代表取締役社長 藤本 典子

〒六四九一六二四五
和歌山県岩出市中島九二八
電話 0736(63)6711

株式会社 デンカマイト

代表取締役社長 堀 富則

〒五〇三〇〇〇六
岐阜県大垣市加賀野四一―二一〇
伝心情場ビル
電話 0584(77)1811
FAX 0584(78)0877

わらべや日洋ホールディングス 株式会社

代表取締役社長 大友 啓行

〒二六二八〇二〇
東京都新宿区富久町一三二一九
電話 03(5363)7010

株式会社 まつおか

代表取締役社長 松岡 まち子

〒四六〇〇〇一一
愛知県名古屋市中区大須二二三三三八
電話 052(219)0300
FAX 052(219)0301

株式会社 富士物産

代表取締役社長 トウサツク 路子

本社工場 〒四〇一〇三二〇
山梨県南都留郡富士河口湖町勝山
二八三三一
電話 0555(83)5580
FAX 0555(83)5585

株式会社 武蔵野フーズ

代表取締役社長 安田 信行

〒三五一〇〇三四
埼玉県朝霞市西原一―一
電話 048(470)2800
FAX 048(475)0250

株式会社 佐 市

代表取締役 佐藤 啓二

〒九八二〇二四一
宮城県仙台市太白区秋保町湯元字薬師二七
電話 022(398)2101
FAX 022(398)2292

【おいしく安全な食生活を求めています】
パン・パン粉・冷凍麺・健康宅配食

とうございます



代表取締役社長
石橋 逸平

大阪本社 / 〒532-0004
大阪府大阪市淀川区西宮原1-8-24
新大阪第3ドイルビル5階
TEL 06-6394-5155

東京本社 / 〒105-0014
東京都港区芝2-3-3
芝二丁目大門ビル3階
TEL 03-5442-8711

株式会社ミツハシ

代表取締役
三橋 美幸

〒二二一〇〇五二
神奈川県横浜市神奈川区栄町三十四
パシフィックマークス横浜イースト三階
電話 045(285)3284
FAX 045(285)3277

株式会社せき

代表取締役
関 孝範

〒三二一〇二〇三
茨城県ひたちなか市平磯町一八
電話 029(263)3331
FAX 029(263)3332

日清オイリオグループ株式会社

代表取締役社長
久野 貴久

〒一〇四八二八五
東京都中央区新川一丁目三十一
電話 03(3206)5005

スターゼン株式会社

代表取締役会長兼社長
横田 和彦

〒一〇八一〇七五
東京都港区港南二丁目一七
電話 03(5460)4129

株式会社ヤヨイサンフーズ

代表取締役社長
大西 宏昭

〒一〇五〇〇二二
東京都港区芝大門一丁目〇一
芝大門センタービル六階
電話 03(5400)1500
FAX 03(5425)6955

小浅商事株式会社

代表取締役社長
白羽 洋

〒四五〇八五八五
愛知県名古屋市中村区名駅五丁目七
電話 052(563)5811
FAX 052(586)4027

三島食品株式会社

代表取締役社長
末貞 操

〒七三〇八六六一
広島県広島市中区南吉島二丁目五三
電話 082(245)3211
FAX 082(249)2557

キトクフーズ株式会社

代表取締役
木村 良

〒一〇一〇〇五二
東京都千代田区神田小川町二丁目八
木徳神糧小川町ビル
電話 03(3233)5160
FAX 03(3233)5170

株式会社極洋

代表取締役社長
井上 誠

〒一〇七〇〇五二
東京都港区赤坂三丁目五
電話 03(5545)0701

株式会社ヤマダフーズ

代表取締役社長
山田 伸祐

〒〇一九一三〇一
秋田県仙北郡美郷町野荒町
字街道の上二七九
電話 0182(37)2246
FAX 0182(37)2276

株式会社万城食品

代表取締役社長
米山 一郎

〒四一〇八一七
静岡県三島市八反畑一〇三十一
電話 055(971)7069
FAX 055(972)8207

あけましておめで

株式会社 大光

代表取締役社長 金森 武

〒五〇三〇九四七
岐阜県大垣市浅草二一六六
電話 0584(89)7777

京豊エンジニアリング株式会社

代表取締役社長 倉垣 博和

〒六二一八四六一
京都府京都市伏見区中島秋ノ山町二三三三
電話 075(612)0811
FAX 075(612)0821

株式会社 アイホー

代表取締役社長 寺部 良洋

〒四四二一八五八〇
愛知県豊川市白鳥町防入六〇
電話 0533(88)5111
FAX 0533(88)4510

株式会社 寺岡精工

代表取締役社長 山本 宏輔

〒一四六八五八〇
東京都大田区久が原五一三二二
電話 03(3752)9427

シーピー化成株式会社

代表取締役社長 三宅 慎太郎

〒七二五八五〇一
岡山県井原市東江原町一五一六
電話 0866(62)0095

アサヒ装設株式会社

代表取締役社長 山本 康太

〒九二四一〇一七
石川県白山市宮永町一八六三二一
電話 076(275)8159

東罐興業株式会社

代表取締役社長 笠井 俊哉

〒一四一〇〇三二
東京都品川区東五反田二二一八一
電話 03(4514)2100(代)
03(4514)2110(営)

朋和産業株式会社

代表取締役社長 小澤 善孝

〒二七四八五〇二
千葉県船橋市習志野四一六一二
電話 047(456)5011

株式会社 微酸研

代表取締役 福島 太門

〒二五二〇八〇六
神奈川県藤沢市土棚六六二
電話 0466(52)5912

FUNtoFUN株式会社

代表取締役 櫻木 亮平

〒一〇一〇〇四一
東京都千代田区神田須田町二七二二
NKビル五階
電話 03(5289)3291
FAX 03(5289)3292

関東スタッフ協同組合

代表理事 大築 陽子

〒三三〇〇〇七二
埼玉県さいたま市浦和区領家三十四四
電話 048(883)8090
FAX 048(883)8091

公益社団法人 経営・労働協会

代表理事 高山 泰

〒一〇一〇〇五
東京都千代田区神田神保町一五四一四
JHVビル八階
電話 03(6268)9820
FAX 03(6268)9671



卸と惣菜の“信頼”で 農産物サプライチェーン模索

価格変動の激しい農産物を生産・卸・製造のWin-Winで

約100年にわたり続けられてきた青果・水産・食肉の生鮮3品に特化した卸売市場法が2020年6月に改正となり、生鮮が食品の一部にシフトして卸売市場の取引の多くが自由化された。一次産品を多く利用する惣菜産業に、この大きな変革がどのような意味を持つのか、卸売市場の月田求仁敬会長と惣菜産業の平井浩一郎会長が現状を打破する農産物サプライチェーンを模索した。

司会：(一社)日本惣菜協会 専務理事 清水誠三

(一社)全国青果卸売市場協会 会長
熊本大同青果株 代表取締役会長

月田 求仁敬 Tsukida Kunitaka

東京中央青果勤務を経て、1984年に熊本大同青果株入社。
1998年社長就任、2018年から現職。
2016年、全国青果卸売市場協会会長に就任。

(一社)日本惣菜協会 会長
株ヒライ 代表取締役社長

平井 浩一郎 Hirai Koichiro

ロイヤル株、カネ美食品株勤務を経て、1982年に株ヒライ入社。1998年現職。
2020年、日本惣菜協会会長に就任。

コロナ禍は卸売市場に追い風

司会 月田会長と平井会長の会社は熊本市内で隣接、幼少の頃から近所付き合いをされており、経営者になられたからは一緒に稲盛和夫さんの盛和塾世話人をされていた間柄と伺いました。そして、熊本大同青果もヒライも社業拡大ということと、本日は新年にふさわしく元氣のよいお話を伺いたいと思います。まずは素人的な質問ですが、月田会長、市場(いちば)の機能について教えていただけますか。新年には市場の初競りがニュースになりますね。

月田 競り以外にイメージが無いですよ。市場の一番の機能は販売と代金回収です。生産者から野菜や果物をお預かりして販売し、安定供給と適正価格の維持を役割としています。しかし、言っは易く行っは難しで自然相手の商売はなかなか難しいです。国は、14年に農協中央会解体・農協独自販売などの農協改革を打ち出しました。小泉進次郎氏が自由民主党農林部会長時代にテレビニュースをにぎわせていたので記憶にある方も多いと思います。が、そう簡単にはいきません。多くの農協には現在もわれわれの市場機能を利用していただいています。

司会 そういことがありましたね。現状としては、市場機能以上のことを農協が作り出せていないということな

のですね。

月田 そういことになりましたね。一昨年の市場法改正も、現業側からすると何ら新しいことはありません。われわれがやっていることに沿って法律が更新されたというくらいの認識です。

司会 卸売市場もどんどん変化しているということですね。昨年、一昨年のコロナ禍で卸売市場はどのような変化がありましたか。

月田 20年の卸売市場の売上げは前年比103〜105%でした。輸入品が入ってこないのが国産にシフトしたことや、家庭内調理が伸びたことで食品スーパーの売上げが寄与したと思います。外食のダメージは思いのほか少なかったようです。ただ、21年は主婦がコロナ疲れで惣菜やテイクアウトを上手に利用するようになりました。一昨年は天候も不順で青果物価格は高かったのですが、昨年は夏の長雨のほかは順調で価格が一昨年ほど高くなく、前年比95〜97%の推移です。

司会 卸売市場の市場規模は、長期にはどのような推移になっていますか。

月田 私がこの業界に入った30年前は4兆円強の市場規模でした。しかし、今は3兆円弱です。輸入物と市場外流通の増加が要因ですが、一番の要因は卸売市場の怠慢だと思います。われわれは60余年という長い間、この業界で集荷販売・代金回収を専門にしてきました。ノウハウがあるにもかかわらず



新規参入者に市場（じじょう）を取られるということは怠慢と言わざるを得ません。業界団体としては、先達（せんだつ）から受け継いだ生産者とユーザーを結び市場の仕組みは、農協もこれに代わるものを作れないほど理にかなった仕組みなのです。外部参入業者に負けてたまるかという気概を持って、時代に合った形で復活させなくてはいけないと思います。

惣菜は鮮度・おいしさだけでは戦えなかった

司会 ありがとうございます。平井会長、惣菜業界の21年の振り返りはいかがでしょうか。

平井 惣菜業界は、09年のリーマンショックを除いてずっと右肩上がりです。10兆円を超える規模に成長して占有率を上げてきました。そうしたところでコロナ禍となりました。それでも、多くの方から「平井さん、絶好調でしょう」と、声を掛られます。しかし、20年の惣菜市场規模（協会調べ）は前年比5000万円減（4・8%減）と落

ち込みました。感染防止のために人と接触しない、外出しない、買い物回数

数を減らすなどの生活が推奨された結果、惣菜・弁当は買いためができません、買い物回数が減れば当然売上げは落ちるという現象になりました。惣菜・弁当の減少分はカップ麺・レトルト・乾麺・パン・冷凍食品に移行しましたが、月田さんがおっしゃったようにそうした即席食品から、そろそろ惣菜・弁当に戻りつつあります。この間を振り返って思うことは、今まではこのビジネスモデルで頑張れば、もっともっと大きくなれると思っていました。しかし、改めて強み、弱点、補うことなどを考えさせられた1〜2年でした。鮮度とおいしさが通用しない。ストックが良く食事にどのように対応するかということは中食業界が背負わされた課題のような気がします。

司会 リーマンショック後の09年は2%減でしたので、一昨年の市場規模約5%減は大変な減少幅です。さて、月田会長、卸売市場についてもう少し詳しく教えていただけますか。

競りの様子が出てくることがありますね。当社は競りの比率が全国でも高いのですが、それでも約35%です。私は、とにかく競りを残せと言っているのですが、この比率に踏みとどまっています。全国の平均は10%強程度だと思えます。

平井 えっ？ そんなものですか。

月田 青森のリンゴや山形のサクランボのように、季節に大量に出てくる青果物には競りが機能していますが、日常の取引は話し合いで価格が決まっています。つまり、バイイングパワーを利かせやすい環境になっています。卸売市場の経営者や担当者にファイアが無くなっている要因はここにあり、力に負けて生産者や相場に合った価格で売れないと生産者に突き上げられますし、生産者には事前支払いを行うなど卸の経営はどんどん駄目になっていくわけです。バイイングパワーに負けないだけの量を持っている大手はよいですが、それが無い中小はここをどのように改善していくかが課題です。なにせ青果物は天候に左右されるために時価ですから、卸のファイアは重要です。

平井 中食や外食は外から見えるので、良きにつけ悪しきにつけ外野がわいわい騒いでくれますが、卸売市場のパワーバランスは当事者以外が気付かない所で崩れかかっているわけですね。

**卸売市場に求められている
ホールセルス型機能**

月田 機能としては、アメリカのホールセルス型になってきており、売らないと集荷できない形になってきています。昔は、とにかく力で量を集めて気合で売り切っていました。今は、販売先が決まらないと清算見通しが立たないので、生産者が出てくれないというシビアな商いになっています。しかも、われわれが得意としている産地とユーザーをつなぐところに新規参入が多い。ですから、私は昔の競りを大事にしなから、駆け引きの力を付けていく必要性を強烈に感じています。

平井 月田さんは冷凍と乾燥の加工品も作っているんですね。普通の卸売市場の経営者とはスタンスが違います。

月田 18年に乾燥野菜HOSHUKOの自社工場を建設し、今年は冷凍野菜工場が本格稼働します。加工することで野菜や果物を安定して販売できる体制をつくり、新たな価値を提案したいと思っています。自分で加工するようになって気付いたことですが、加工品は形の悪い2級品でよいと思いましたが、ものすごく非効率でこれには驚きました。私の完全な思い違いでした。今はいいものを安く持っていわれています。ということは、われわれ卸売業は加工に向く使いやすい品種、大根なら葉っぱは要らなくて早く太り

単価が安くなるものを生産者に作ってもらい供給することが必要だと思いましたが、工場は作ったばかりでこれからです。どうなるか楽しみです。

司会 乾燥野菜は干し椎茸や切り干し大根のようなものですか。

月田 スープジャーに雑穀と乾燥野菜をミックスして入れ、温かいスープを注いで職場へ持っていくと、お昼にはちょうど食べ頃になっているという商品を作っています。

平井 体に良さそうだし、おしゃれですよ。

月田 私は、ありがたいことに経営の師匠である平井さんが隣におられるので、叱咤(しつた) 激励を受けて発奮しています。卸売市場を見ていると、加工工場を持つ企業を取引先に持っている市場は強い。取引先にそういう企業が無ければ自分で作ろうという発想です。なせ、これからです。加工は単品生産が一番効率的だという、当たり前のことにも気付かされました。平井さんのなさっていることは、私からしたら異次元の加工です。惣菜は簡単にまねができません。

成功体験が次の成功を呼ぶ

司会 熊本大同青果の売上げはどう変化していますか。

月田 14年から7年間で120億円伸ばして、年商240億円が360億円



に奇跡的に伸びました。伸ばそうという意思があったところに追い風がきて伸びたのだと思います。

司会 伸びたのは新規事業ですか。

月田 いいえ、既存事業です。

司会 先ほどのお話だと衰退産業で厳しいということでしたが、何を

月田 卸売市場の縦割り組織の個人商店という組織の弱点を見直したと

と、われわれの世代はバブルがはじけて高度成長期のような伸びを知らないで、それを一度でいいから社員に体験させてあげたいという思いがありました。金額的体験というよりも心の部分で売る楽しさと、伸びる楽しさです。アメリカ経営を導入した時に一気に30億〜40億円伸びました。すると、社員の意識が全く変わりました。

他社では数%でも伸びればよしとしますが、当社では10%以上伸ばした経験

があるので、何とか10%伸ばそうと考

えます。ここが大きく変わりました。

平井 リーダーの考え方一つですね。

月田 最初は、考え方にたまたま偶然が重なって体験できたのではと思えます。2回目の時は、私をはじめ社員も実力だと思いました。今は少し低空飛行になっているので、また、一気に伸ばさなくてはと思っています。

平井 私たちは稲盛さんから何回も松下幸之助の「まずは思わなければならぬ」という言葉を教え込まれましたからね。

司会 思うと、そんなに違うものですか。

月田 偶然かもしれませんが、今から駄目になるかもしれない。それでも、私は伸ばせば伸ばせと言いつける覚悟です。

司会 さて平井会長、惣菜業界から卸売市場に向けたメッセージはありますか。

農産物の品質・供給量・価格の安定は永遠の課題

平井 20年6月にM&Aをした久留米の三桃食品(株)というギョウザ・シウマイ・まんじゅうなど中華惣菜の製造・販売をする会社は、キャベツを年間1000t使います。ヒライグルー

プで使う青果物関連は膨大です。自然

由来の原材料は工業製品と異なり、価

格が急上昇して原価が大きくブレます

が売価を変えることができないという悩みをずっと持っています。食品スー

パーに並ぶ青果物は時価で売価に反映されます。しかし、加工した弁当・惣菜は反映できないというのもおかしなものです。現実です。ヒライの弁当・惣菜は高騰した野菜を他に変えて工夫する余地はありますが、ギョウザはキャベツの代替はありません。こういう問題を今後どのように解決していくのか。農産物の品質・供給量・価格の安定は永遠の課題です。

月田 対策というよりも、これは信頼関係です。無い時は、本当に無いです。そこは話し合いで何とかしてもらおうかありません。一番価格変動が激しいのはキュウリで、一昨年は1箱(5kg) 最低200円、最高1万7000円になりました。おおよそのキュウリの年間平均金額は1200〜1300円位です。信頼関係の中で、年間使用量を決めて一年を通した価格設定はできません。なぜかといつと、みんな契約を守れないからです。というよりも、そういう商いで成り立っている業界だということ。また、社会心理と言えばよいのか、野菜は安い時は売れず高い時に売れます。契約



していても高い時ほど量を守れと言われませんが、安いときには売れないから使う量を減らしてくれと言われます。このギャップを頻繁なミーティングなどで埋める努力をして、信頼関係を築けば安定的な価格での供給はできるはずだと思っています。やりたいところですが、青果市場は株式市場とは違って命をつなぐ食ビジネスにいますので、商いからビジネスに、そして相場から産業に脱皮しないとけない時になってくると思っています。

信頼で生産・卸・製造 Win-Winの新ビジネスモデル

司会 加工する側からすると、価格は安定してもらいたいですね。

月田 相場物を相手にしているので、相場が跳ね上がったときに誰が埋め合せをするのかということです。生産者が我慢するのか、卸なのか加工業者なのか。一人ではきついで、手分けして皆で埋め合わせをしましょうという提案を聞いてくださる企業と、まずは取り組ませていただきたいと思います。今までは、なかなかこういう話をする機会がありませんでした。年間を通した野菜の価格はあまり変わらないので、信頼関係を築ければ生産・卸・製造のWin-Winの新しいビジネスモデルになると思います。

(株)ヒライ 22年度の施策

司会 平井会長は今年、大量出店を計画しているとお聞きしています。

平井 コロナ禍が始まる直前に4つの事業計画をスタートし、20年と21年に工場を2つ建て、会社を1つ買い、基幹システムの入れ替えで50億円投資をしました。さあ、回収を始めようと思った矢先にコロナ禍に加えて水害に見舞われました。この2年間は全く投資を生かすことができず、回収が遅れました。今年は34店舗の出店を予定しています。これには仕掛けがありまして、投資を10分の1以下にして1年で回収できる仕組みを作りました。従来とは全く違うやり方で行っています。

司会 普通の店舗の回収は何年位かかりますか？

平井 路面店1店の出店に7000万円かかります。年間1億2000万円を売り上げて利益は約600万円なの



で、約10年かかります。実験店がほぼ予定通りに推移しているの、このパターンではしばらくはいいと思います。それ以外に注力するのはEC（電子商取引）関連、そしてコールセンターを新設します。イベントや会議などからの電話注文が年間15億〜20億円あり、これを代表電話で受けていたのですが、コロナが落ち着いてきたのでしっかりと立ち上げます。コロナ禍ではこの売上げがゼロでした。冷凍施設も考えています。そこで通常は自家製の冷凍麺を作り、シーズンには冷凍おせちも作りたいと。安易に既製品に頼らず、自分で作れるものは自分で作りたいと思っています。知久屋さんも頑張っておられます。これまで工場で製造していた玉子焼きを店舗で作るようにしたら売上げが上がりました。

月田 必死についていきます。

アフターコロナは原点回帰、国民の食卓を豊かに

司会 最後に今年の抱負を一言お願いいたします。

月田 会社としては、本体の営業力をさらにつけていきたいと思っています。経営会議の多頻度化と、部署ごとに毎朝行うミーティングで全員が必ず発言することを継続して、社内がよい雰囲気になっていきます。業界としては、縮小

均衡に歯止めがかからないので、何かカンフル剤がないか思案中です。全青協が積極的な団体になるように、まずは新型「コロナ」が落ち着いたら原点に戻って、2年ぶりの交流を深めるところから始めたいと思います。

平井 新型「コロナ」の教訓を生かしながら、稲盛さんの教えである「お客さまのことを考えて従業員のことを考えて、経営すれば、事業は伸びそうと思わなくても伸び、つぶしたいと思ってもつぶれないものだろう」ということを、地道にやっていきます。協会会員企業は業種業態が多様なので、「コロナ」禍で業績が悪化したところ、追い風になったところとさまざまですが、会員が少しでも発展できるように情報や施策を一つ一つ解決していきたいと思えます。そして、襟を正してガバナンスを強化し、国民の豊かな食生活に寄与していきます。



司会 惣菜企業が悩んでいる青果物の新しい安定供給体制が生まれるかもしれないという、革新につながるお話もありました。これからの問題には注力していきたいと思えます。本日はありがとうございました。

(株)クリタエイムデリカ

粉から食を科学する「おいしい時間を、あなたと」

2月1日から(株)デリモに

(株)クリタエイムデリカは、2月1日から本社工場を草加柿木フーズサイト(埼玉県)に移転し、社名を(株)デリモに改称する。社内に企業ブランディングチームを立ち上げて1年、昨年9月にブランドコンセプト・ブランドロゴを刷新。新コーポレートブランド「DELI MO(デリモ)」を新社名にした。粉から食を科学するデリカカンパニーとして、ブランドコンセプト「おいしい時間を、あなたと」に沿って事業を拡大推進していく。

調理麺市場は急成長 ブランディングで差別化

1948年に「栗田製麺所」として生麺・ゆで麺の製造販売からスタートし、1994年にグローバルな事業展開を目指して社名にデリカを刻んで(株)クリタエイムデリカに社名改称しました。粉から製麺してスープ・具材も自社調理したこだわりのD+3(消費期限+出荷日+3日)で日持ちしない調理麺(調理済み焼きそば・うどん・ざるそば・冷やし中華・スパゲティなど)メーカーとして、1日の生産アイテム数140品目・生産数量約14万食で年商は67億円です。



代表取締役社長
栗田 美和子 氏

調理麺市場は食品スーパー・CVSを中心に市場が急成長しており、2020年は前年比8.1%増の7998億円市場となっています(日本惣菜協会「2021年版惣菜白書」)。それだけに競合企業も増えており、何か「クリタ」らしさを打ち出そうと考えて2020年にコンサルティングを招聘(しようへい)し、ブランディングプロジェクトチームを立ち上げてブランドコンセプトならびにブランドロゴを刷新しました。

創業73年、培った「経時劣化しない麺」をさらに深掘り

創業以来73年にわたり地下水が豊富な埼玉越谷で営業してきましたが、この間に商業地であった工場を囲む地域は宅地化が進み、業容拡大している工場と地域との共存が難しくなってきました。しかし、製麺に欠かせない水質・水量がネックで移設できずにいましたが、このたび行政から工業用水のある埼玉県草加市に新しく開発された食品工業団地の紹介があり、もっと広く多くのお客さまへ食を届けるために、粉から食を科学する調理麺専門「デリカカン

パニーとして「おいしい時間を、あなたと」のブランドコンセプトに沿った事業拡大を推進していくことを決めました。

当社の強みは、73年間培ってきた製麺技術です。麺はゆでてから喫食されるまでの経時変化で、でんぷんの老化および麺表面と中心部の水分勾配の均一化などがおこり、ゆで麺本来の食感を失ってしまうという問題があります。当社はアルファ化したゆで麺のベータ化速度をスローにするための粉類配合などの技術で、科学的に追求して今日の調理麺商品を生み出してきました。新工場ではさらに調理麺の科学を進めてフードロス問題も含めた、新しい幸せな「ミニミニ」の持続を目指します。

新本社・工場はアドレスフリーで業務融合、共生社会を広げて

新本社・工場は、業務の融合を目指してアドレスフリーにします。特に、当社の心臓部である生産部門と品質管理部門の進化に期待していますし、営業・開発・総務も巻き込んだ変化が楽しみです。パソコンはデスクトップからノートパソコンに、そして何よりペー



工場外観

(株)デリモ概要

- 所在地：埼玉県草加市柿木町室1338番地15
- 電話番号：代表 048-954-5858
- 敷地面積：約3,100坪 ●床面積：約2,020坪

パレスにします。生産システムのー化は、昨年秋からテスト稼働し、新工場で今年秋にはオールタレットにして、業務連絡のO A化を進めていきます。日本惣菜協会の中小製造業の生産性向上支援プログラムには、新工場の盛り付けラインで参画していきます。

共生社会にもさらにこだわりました。これまで障がい者雇用に特化した特例子会社「スマートFun」、高齢者雇用「シェアディングサルーテ」、企業内保育園「Kuritaのんな」を作ってきました。新工場では障害のある方の来客や雇用に視野に車イスとオストメイトを使用できるトイレを設置しました。そして、地域の方々も利用できる保育園(おひさまレッシュ保育園)を本社から徒歩2〜3分の地に新設します。新ブランド「デリモ」は外食企業とのコラボ商品が生まれています。秋の新商品から450円ゾーンを中心にブランド商品を出していきます。(株)デリモにご期待ください。

オンライン
&
現地開催

【関東支部】 第2回支部セミナーを開催 消費者のライフスタイルをテーマに



講師 小林 麻季 氏

関東支部は11月16日、2021年度第2回関東支部セミナーをTOCC五反田で開催した。「世代研究から考える、生活者の消費志向」をテーマに、東京ガス（株）暮らしサービスコミュニケーション部 食情報センターの小林麻季氏に講演いただいた。本年6月に開催した第1回関東支部セミナーに引き続き、現地にてセミナーを開催。現地では約20人、リアルタイムで実施したWEB配信についても、約80人が参加した。

はじめに、関東支部長の栗田美和子氏（㈱クリタエムデリカ代表取締役社長）が開会のあいさつを述べ、続いて農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部 外食・食文化課 課長補佐の薄井剛氏に来賓のあいさつをいただいた。

講演では、講師による世代ごとのライフスタイルや背景について詳しい解説があり、参加者から意欲的な質疑応答も行われ、充実したセミナーとなった。

最後に、関東支部役員
の佐藤徹夫氏（万星食品
（株）代表取締役）の閉会あ
いさつで終了した。



また当日は、感染症への対策も講じた上で、懇親会も実施した。セミナー内容をもとに、自社課題について講師に相談するなど、講師や参加者同士の情報交換の場となった。

オンライン
開催

2021年度海外WEB研修の開催 「アメリカ東海岸の 有名スーパーマーケットの今」



解説 津川 芳己 氏

11月26日、Webinarを使って海外WEB研修を開催した。これまで海外の惣菜やスーパーマーケット、（以下、SM）また外食の最新事情を視察するため、さまざまな地域への海外研修を行ってきたが、新型コロナウイルスの影響で、2020年は現地視察を中止している。多くの企業では長く海外渡航に制限がある状況下で、少しでも今の海外SMの情報をお伝えできればと、今年初めての試みとして、WEB配信を企画した。「アメリカ東海岸の有名SMの今」と題して、米国東海岸の主要なSM店舗の様子について現地取材した動画と、㈱ホスピタリティーズの津川芳己社長の解説を配信し、約200人が視聴した。

開催に際し、清水専務理事から、「例年、事業調査活動の一環として、会員各社の皆さまと海外研修を実施してきた。2018年度は奇跡のSMと呼ばれたマーケットバスケットなどアメリカ流通を視察。2019年度はイギリス・フランスのレディミールを中心とした流通事情を視察し、同行のコンサルタント指導の元、デリカ商品の美食と分析を実施。2020年度は食品ロス対策先進国デンマーク、パリのシアル展示会などを企画していたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、実施を断念した。本年度については、状況が改善されないことからリアルでの開催を見送る代わりに、WEBを活用し、アメリカにおける流通事情を配信することを企画した」とあいさつした。

今回現地取材した店舗は、いずれも米国で人気のSM。Wegmans Food Markets, Inc.、Amazon.com, Inc.、Stew Leonard's、Trader Joe'sの4社。取

材・撮影には各店舗ごとで制約を受ける中、少しでも臨場感のある内容に仕上げ、特に海外SM現場を見たことがない方へも、現場感が伝わるよう制作に配慮した。

最初に30分ほどSM4社の動画を視聴いただき、次に解説者から店舗ごとの特徴・陳列商品（デリ）についての補足説明を行った。また、外食産業の人気店「Chick-fil-A」の概要と、店舗展開や顧客主義についての解説をした。その後、質疑応答の時間を設け、参加者からの質問に対して、解説者から回答した。最後に、解説者から米国食文化について総括し、研修終了とした。

当日配信した動画、質疑応答総括説明を中心に、再編集した映像をYouTubeに期間限定掲載することで、理解度の向上を図るとともに、参加者特典として、今回対象としたSM4社の事業概要をまとめたものを参加者・申込者へメールにて配布することで、さらなる理解深耕を図った。



Wegmans



Amazon Go

事務局 便り

■12月31日 2021年度第2回
ホームミールマイスター
受験申込締め切り

■12月29日～1月4日 年末年始休業

今後の予定

- 1月24日 第1回教育専門委員会
- 1月26日 2022年賀詞交歓会
- // 第4回理事会・第5回常任委員会
- 1月27日 東海支部 役員会・賀詞交歓会
- // 第3回惣菜商品の英語表記ワーキンググループ



FOOD STYLE 2021 テープカット

九州支部
主催

小売・中食・外食業界向け商談展示会「FOOD STYLE Kyushu 2021」(主催: FOOD STYLE 実行委員会)が、11月10~11日、マリンメッセ福岡で新型コロナウイルス感染症の防止対策を徹底して開催、2日間で多くの人が訪れた。オープニングセレモニーには、九州支部の田中憲治支部長がテープカットに参加した。また展示会には協会ブースも出展し、協会活動や教育事業について展示した。

提案CUP / ブース出展

FOOD STYLE Kyushu 2021

牛の地獄蒸しローストビーフ弁当」が選ばれた。審査委員長特別賞に(株)ベルク「体よるこぶ、発酵で健康弁当」、SDGs 特別賞に(株)はたなか「カラフル野菜のヘルシーサラダケーキ」がそれぞれ選ばれた。表彰



FOOD STYLE 2021 受賞商品

最優秀賞には、大豆工房小国のゆめ「熊本県産あか牛の地獄蒸しローストビーフ弁当」が選ばれた。審査委員長特別賞に(株)ベルク「体よるこぶ、発酵で健康弁当」、SDGs 特別賞に(株)はたなか「カラフル野菜のヘルシーサラダケーキ」がそれぞれ選ばれた。表彰式開



FOOD STYLE 2021 表彰者記念写真

「第3回お弁当・惣菜メニュー提案CUP」表彰式開催

九州支部が主催する「第3回お弁当・惣菜メニュー提案CUP」の表彰式が開催され、受賞した弁当や惣菜を会場内で展示・販売し、来場者らの注目を浴びた。

「お弁当・惣菜メニュー提案CUP」は、弁当や惣菜を販売・提供・製造する企業、および店舗や食品メーカーを対象に、お薦めするメニューを提案する企画で、今回3回目となる。メニュー募集を6~8月に行い、10月12日に最終審査会を岩田産業(株)で開催。一次審査通過商品のプレゼンと試食を行って、審査委員により各受賞商品を選定した。本年は、①四季折々、季節の一押しメニュー②「九州産」を使った地産地消メニュー③美味しく健康に!ヘルシーメニューの3つのテーマでお弁当・惣菜を募集し、コロナ禍におけるテイクアウト需要の高まりや、SDGsへの対応など、多様なニーズに応える多くの応募があり、22社から68メニューのエントリーがあった。

その中で、惣菜・中食業界が果たすべき役割と事業の方向性をいかにすべきかについて、2021年5月に発売された書籍『中食2030~ニューノーマル時代の新たな「食」をめざして』の内容の紹介とともに解説し、将来ビジョン・経営戦略・商品開発のヒントとなった。



FOOD STYLE 2021 協会ブース

九州支部は11月10日に、展示会場内で、「九州支部役員会」「2021年度九州支部セミナー」を開催した。支部役員会では各エリアの活動状況、「お弁当・惣菜CUP」の運営、来年度の活動などを話し合い、九州支部会員が増えたことも報告された。

セミナーでは、『中食2030ニューノーマル時代の新たな「食」をめざして』をテーマに、(株)日本経済新聞社編集 総合編集センター調査グループ次長の白鳥和生氏が講演を行った。「胃袋」の縮小・人手不足・原材料の高騰など、企業の経営環境は厳しくなっているが、一方でAIやロボットなどのテクノロジーの変化は企業経営のあり方や人々のライフスタイルを大きく変えていく可能性もある。

式には多くの観客が集まり、弁当や惣菜への期待が高まっていることを再認識した。

九州支部役員会・セミナー開催
「中食2030ニューノーマル時代の新たな「食」をめざして」をテーマに



九州支部は11月10日に、展示会場内で、「九州支部役員会」「2021年度九州支部セミナー」を開催した。支部役員会では各エリアの活動状況、「お弁当・惣菜CUP」の運営、来年度の活動などを話し合い、九州支部会員が増えたことも報告された。



「九州産」を使った地産地消メニュー

美味しく健康に！ヘルシーメニュー

大豆工房 小国のゆめ
熊本県産あか牛の地獄蒸し
ローストビーフ弁当



(株)ベルク
体よろこぶ、
発酵で健康弁当



(株)はたなか
カラフル野菜の
ヘルシー
サラダケーキ



第3回 お弁当・お惣菜メニュー FOOD ST 受賞メニュー



四季折々、季節の一押しメニュー

(株) Mizkan
塩麹みその根菜入り
豆乳ポトフ



(有)だつくすふんと
博多ファイト弁当



(株)ベルク
今日はとことん！
ガーリックプレート



(株)ベルク
四季折々、ロールBOX



美味しく健康に！ヘルシーメニュー

オーケー食品工業(株)
SOY-ME！ビビンバ丼



(株)ヒライ
ベジミートのキーマカレー



キュービー(株)
プラントベース
スクランブルBURGER



キュービー(株)
グレイズミックスの
フムスサラダ



「九州産」を使った地産地消メニュー

(株)味王本店
美食ヴァリエ(冷凍)



トリゼンフーズ(株)
九州産華味鳥水炊き唐揚げ



- 【審査委員長】
❖ 美容栄養アドバイザー 食育研究家 石坂 優子 氏
- 【審査委員】
❖ (株)博多大丸 販売促進スタッフ EC 担当 松崎 浩平 氏
❖ (株)セイブ 代表取締役社長 平野 結葵 氏
❖ (株)はたなか 代表取締役 田中 憲治 氏
❖ (株)ヒライ 専務取締役 畑中 敬史 氏
❖ 岩田産業(株) 代表取締役社長 平井 謙丞 氏
❖ 岩田 章正 氏
❖ FOOD STYLE 実行委員会
❖ (一社)日本惣菜協会 専務理事 清水 誠三

チーム体制とデジタルツイン技術で 惣菜・弁当工場の自動化を目指す

惣菜・弁当工場の自動化に向け、本格的にメスがに入った。FA（工場自動化）・ロボットシステムインテグレーターの㈱FAプロダクツなど7社で構成する「コンソーシアム（共同企業体）」のTeam Cross FAは、「シミュレーション技術を活用した中小食品製造業の生産性向上支援プログラム」

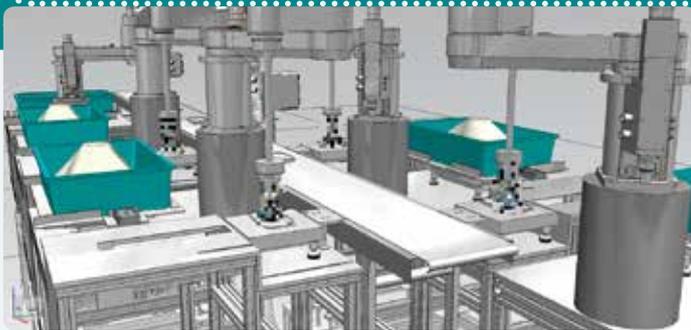
（以下、「S I M活用支援プログラム」と表記）というプロジェクトを立ち上げ、昨年11月から（社）日本惣菜協会の会員のうち30の中小企業に対してチーム体制で自動化に向けた支援を実施している。シミュレーションにより製造ラインをデジタル空間上で再現できる「デジタルツイン技術」を用いたこの画期的な支援プログラムについてレポートする。

支援プログラムの アウトライン

S I M活用支援プログラムは、類似した課題を抱える中小企業複数社を面



「シミュレーション技術を活用した中小食品製造業の生産性向上支援プログラム」の事業統括責任者を務める貴田義和氏（㈱FAプロダクツ 代表取締役社長）



▲作業に多くの人手を要する惣菜・弁当工場（イメージ）

▶シミュレーションで再現される自動ラインの例

的に支援する中小企業庁の「ものづくり補助金（ビジネスモデル構築型）」の下で実施される。採択を受けた事業者は補助を元手に30以上の中小企業群に対して、ビジネスモデル構築・事業計画策定をサポートする先駆的・展開可能な支援プログラムを提供できる。

このものづくり補助金の採択を受け、独自に開発したS I M活用支援プログラムを日本惣菜協会に提供するのが、FAプロダクツと、同社を含むコンソーシアムのTeam Cross FAだ。同組織は最新技術を駆使し全体最適化された革新的な工場「デジタルファクトリー」の実現をコンセプトに、2019年8月から活動を進めている。特にシミュレーションを核とするデジタル生産技術と、最適化された工場を実際のかたちにするリアル生産技術の両面からのアプローチを強みとしている。日本惣菜協会は会員の中小企業に対



（社）日本惣菜協会
AI・ロボット推進イノベーション
担当フェロー 荻野 武氏

してこの支援プログラムへの参加を呼び掛け、決定した企業は21年11月から22年5月までの間にTeam Cross FAより次の支援を受けられる。

① 展示施設を活用したワークショップへの参加▼DX (Digital Transformation)

への理解を深めるワークショップに参加し、自動化およびDX実現による課題解決を自社に当てはめて理解する。

② リサーチ・分析支援▼食品製造業に共通する課題をアンケートによって抽出し、さらに個別のヒアリングによって明確化する。「現場の自動化」「業務の効率化」など多くの課題から、どの項目から着手すると効果が最大化できそうかを推定する。

③ 構想設計・シミュレーション分析▼②で決定した項目から業界としての共通課題をテーマごとに絞り込み、自動化提案と概算費用算出（構想設計）、効果検証（シミュレーション分析）を実施する。

④ 課題解決法の比較・検討▼②の分析結果と③のシミュレーション結果を参考に、業界共通課題に対しての解決案を提示。個社が抱える課題に対してもフィードバックする。

実施に当たっては、事務局であるFAプロダクツの貴田義和社長による統括の下、シミュレーション・開発・エンジニアリングを（株）オフィスエイ・



コム、構想設計をロボコム(株)、プロジェクト運営支援を日本サポートシステム(株)がそれぞれ担当する。

チーム体制で共通課題を見だし、自動化技術のモデルケースを作る

SI M活用支援プログラムは、抽出された課題や解決への方向性を導き出すまでで完了し、その後の具体的な計画や自動化設備の表装などについては、各社の意向で進めることになる。

この支援プログラムの最大の特徴は、参加企業の製造現場での共通課題を抽出し、いわば最大公約数といえる解決策の代表的なモデルを見いだすこと、および製造現場の情報を基に、デジタル空間に実際の製造現場の双子(コピー)を再現するデジタルツイン技術が活用されることだ。日本惣菜協会でAI・ロボット推進イノベーションを統括する荻野武氏は次のように強調する。「とりわけ高い技術レベルが要求される惣菜・弁当工場での自動化は、ユーザーとStar(システムインテグレーター)が1対1で個別に開発するとコストが膨れ上がってしまい、中小企業にとってはこれが自動化への大きな足かせになっていました。惣菜・弁当業界で自動化が求められる工程はほぼ同じで、手順も大きく異なるわけではありません。ならば、いわ

ばチーム体制でまとめて共通課題を見だし、複数社の意見を取り入れ汎用度を上げて自動化技術のモデルケースを作れば、一気に多くの企業で自動化を進められる道筋が開かれ、1社当たりの開発費を大幅に抑えられ、ローコストで自動化が実現できるようになります」

そして、デジタルツイン技術も開発コストの削減を含めて多くのメリットが得られると、FAプロダクツ・Relationship Development部の高見守部長は説明する。「シミュレーションによるデジタルツイン技術では、実際の製造現場・設備の情報に基づいてデジタル空間に自動化ラインを再現できます。これにより、本当に効果があるのか、どれだけの効果が得られるのかなども、実際に設備を作ってしまう前に推定できます。加えて、構想した自動化ラインに問題点がある場合は、シミュレーション上で事前に発見できます。実装後の修正を最小限に抑えられるため開発コストを減らせるほか、変更にも柔軟に対応できるようになります。そしてこのシミュレーションモデルは、さらなる改善を目指す際や、生産ラインを水平展開する際にも効果を発揮します」

ターゲットとなる工程

自動化構想のターゲットとなる工程は、「①ふた閉め ②完成品の番重への投

入 ③ラベル貼り ④容器をコンベヤに並べる作業——の四つを現状では想定しています。惣菜・弁当工場で共通に存在し、多くの人手を要しながらも自動化が進んでいない工程です」(同)

もう一つ、最も難しいとされる盛り付け工程の自動化については、別の補助事業を通じて検討・開発される。それが、経済産業省による「令和3年度革新的ロボット研究開発等基盤構築事業」(ロボフレ事業)だ。特にロボット・AI導入が進まない惣菜・弁当製造業を対象に導入を促進するため、ロボットにとって盛り付けしやすい方法

やつかみやすい包装容器の在り方などロボットを導入しやすい環境、すなわち「ロボットフレンドリー」な環境を構築した上で、盛り付けの自動ラインを開発する。「例えば、重量精度や見た目品位など、惣菜・弁当の商品要求仕様が高過ぎることも、ロボット化を進める上では大きな壁になっていました。そこで納品先の理解と協力の下、仕様の要求度を緩和してから具体的な自動ラインの構築を目指します。21年度は某小売企業のプロセス



(株)FAプロダクツ
Relationship Development 部
部長 高見 守氏

ンターで自動ラインの開発を進めていきます」(荻野氏)

食品製造業全体で注目できるプロジェクト

経済産業省による「平成29年工業統計調査(産業編)」によれば、食品製造業全体で従事する約130万人のうち、実に半数近くの約60万人を惣菜・弁当製造業が占めるといふ。まさに、それだけ惣菜・弁当製造業で人手を要し、自動化が進んでいないことが数値で裏付けられているわけだが、逆にこの分野での自動化が進めば、食品製造業全体の自動化レベルを底上げできるということでもある。また、基本的な自動化モデルが開発され、導入実績が増えれば、その技術をほかの食品分野にも応用しやすくなる。従って、日本惣菜協会が進められるこれらの自動化に関するプロジェクトは、食品製造業全体で注目できるといえるだろう。

INQUIRY



Team Cross FA
ホームページ

【お問い合わせ】
TEL: 03-6453-6761
E-mail: rd@fa-products.jp
(担当: (株)FAプロダクツ 高見、尾山)

石坂優子 Ishizaka Yuko

(株)FELIX&ESCA代表・栄養コンサルタント・栄養療法の認定カウンセラー。元ミス・ユニバースジャパン美容栄養学講師。外食・中食における健康メニューの開発を行っている。

<https://felixandesca.com/lp/>

You are what you eat お惣菜でつくる健康 No.8

You are what you eatとは「あなたは食べたもので出来ている」という昔からあることわざです。
(株)FELIX&ESCA代表・栄養コンサルタントの石坂優子が分子栄養学(栄養療法)の観点から、一食完結型オリジナル惣菜&栄養コラムをお届けします。



健康長寿のための栄養

今回のテーマは「健康長寿」。人生100年時代といわれる現代において、健康寿命という言葉が注目されています。健康寿命とは、医療や介護に依存することなく、健康で自立した生活を送る期間を指します。平均寿命と健康寿命の差は9～12年もあり(平成28年厚生労働省調査より)、いつまでも元気でいられるために食事をはじめとするライフスタイルで健康寿命を延ばす必要があります。

今月のお惣菜は、みんな大好きごちそう巻き寿司。玄米でも食べやすく栄養豊富なレインボーロールをご紹介します。

玄米のレインボーロール

マグロ・エビ・サーモンを使用した海鮮、ローストビーフと玉子焼き、アボカドと厚揚げを使用したヴィーガンの3種類です。実はこのメニュー、9月号でご紹介した玄米酢飯「アボカドごはん」の具材を少しアレンジしたものです。この2つのメニューで寿司売場で健康で華やかに展開しましょう。

お品書と説明

海鮮レインボーロール ←レシピあり

玄米酢飯とキュウリ・玉子焼き・カニカマでアウトサイドロールを作り、マグロ・サーモン・エビ・アボカドを交互に上に並べて巻き、6等分に切ってゴマをトッピングしました。

ローストビーフレインボーロール

玄米酢飯とリーフレタス・カニカマ・キュウリでアウトサイドロールを作り、大葉・玉子焼き・ローストビーフを交互に上に並べて巻き、6等分に切ってえごま油使用のマヨネーズと千切り唐辛子をトッピングしました。

ヴィーガンレインボーロール

玄米酢飯と厚揚げ・キュウリ・大根の漬物でアウトサイドロールを作り、アボカド・ラディッシュの浅漬けを上並べて巻き、6等分に切ってフライドオニオンをトッピングしました。



3種類のレインボーロール

【レシピ】海鮮レインボーロール

〈材料：中巻きサイズ1本分〉

玄米酢飯 (玄米1合に対して、すし酢30mlとオリーブオイル小さじ1)	130g
海苔 (半切り)	1枚
玉子焼き (1.5cm×1.5cm×5cm)	2本
カニカマ	2本
千切りキュウリ	1/4本分
寿司ネタ用マグロ	2枚
寿司ネタ用エビ	2枚
寿司ネタ用サーモン	2枚
アボカドスライス (レモン汁をかけて2分ほど蒸し、薄くスライスしたもの)	5枚
ゴマ (金ゴマと黒ゴマを5:1で合わせたもの)	大きさ2杯分

〈作り方〉

- ① 玄米は8時間以上浸水後(玄米6合に対して水1500ml)、圧力鍋で炊き(沸騰して20分加圧後火を止めて15分放置して圧力を抜く)、すし酢とオリーブオイルを混ぜて冷ます。
- ② 巻きすにラップと海苔を敷き、海苔の上に玄米酢飯を広げてゴマを全体にふる。ごはんの面が下になるように返したら卵焼き・キュウリ・カニカマを並べて巻きすで巻く。
- ③ ②の巻きすのとき目を下にして置き、上にマグロ→アボカド→エビ→アボカド→サーモンとアボカドと交互に寿司ネタを斜めに並べ、ラップをしてから巻きすで軽く巻く。(このときサイドも抑えて整える)
- ④ 6等分に切り、仕上げにゴマを散らす。



3種類巻きあがり

健康寿命を延ばす オメガ3系脂肪酸

健康寿命を延ばすために欠かせないのは健康な脳と血管です。マグロ・サーモン・アボカド・えごま油などに含まれているオメガ3系脂肪酸は、脳や血管などの炎症を直接抑制することがわかってきました。また現代の日本人はサラダ油などに含まれるオメガ6系のリノール酸を非常に多く摂取していて、オメガ3系脂肪酸とオメガ6系脂肪酸のバランスが乱れやすく、健康寿命を延ばすためにもこういった食品を積極的に取る必要があります。

このメニューは、1本で適切な量の糖質とタンパク質を取ることが出来るメニューです。おいしく楽しく健康寿命を延ばしましょう。

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 [福井]



越前がに

味覚の王者にふさわしい冬季限定の逸品「越前がに」は、奥深いうま味があり、刺身や焼きガニ・しゃぶしゃぶ・鍋・炊き込み飯などさまざまな調理方法で味わう。雄をズワイ、小さめの雌をセイコと呼ぶ。セイコガニは資源保護のためズワイよりも漁期は短い、福井の人々は庶民的なセイコガニを好んで食する。



へしこ

伝統的な発酵食品「へしこ」は江戸時代中頃が起源とされ、魚の腐敗を防ぎ長期保存するための保存食として作られた。最も親しまれているのが鯖のへしこである。新鮮な鯖は塩漬を経て糠漬にし、約一年の歳月をかけて重石の下で熟成され完成する。洋風のアレンジにも人気が高まっている。

本州日本海側の中央に位置する福井県は、「越山若水(えつざんじやくすい)」という別名があり、
 越前の緑豊かな山々と、若狭の美しい水に恵まれた土地」という意味を持つ。
 霊峰白山の水と豊かな大地が多彩な農畜産物を育み、
 優れた漁場を持ち種類豊富な魚介類に恵まれ、まさしく食の宝庫である。
 さらに先人の知恵から生まれた精進料理や発酵食品など、今もなお伝承されている。

滋味深い伝統食と、 豊かな食文化を持つ福井。

水ようかん

福井では「水ようかん」を冬に食べるという独特の食文化があり、冬限定の銘菓として愛されている。水分たっぷりですりつぶるような柔らかさと甘さが特徴であるがゆえに傷みやすく、気温の低い冬場が旬になったといわれている。高さ1~2cmほどの平箱に、一枚流しで入っている水ようかんの切り目に沿って、付属のヘラですくって食べる。



越前おろしそば

福井でのそばの歴史は、朝倉孝景が籠城用食糧として重宝したことから始まり、府中(現越前市)の城主となった本多富正公によって、麵状のそばに大根おろしを添える食べ方が広まった。「越前おろしそば」のおいしさは、玄そばの品質の高さと石臼挽き製粉方法により、そば独特の風味が損なわれないことである。



協力: 福井県 / 写真提供: (公社) 福井県観光連盟

食の ひとくちメモ

「油揚げ」の消費量日本一

仏教の信仰が厚く食文化と密接な関わりがあり、精進料理を食べる文化が根づいている。なかでも家庭でよく食

べられてる「油揚げ」は、欠かせない食材の一つ。福井市の「油揚げ・がんもどき」購入額は、全国平均と比べて約2倍である。

福井の人々にとって「油揚げ」とい

えば、全国的にいう厚揚げで食パンほどのビッグサイズ。木綿豆腐を原料に、時間をかけてじっくり揚げて作られる。揚げたてをそのまま食べるのはもちろん、煮物や汁物などに利用する。



福井名産の油揚げ

Skill Check & Study Go!

スキルチェック & スタディゴー

日本惣菜協会では、惣菜の場面を大きく「製造」「販売」「消費」の3場面に分けて、製造は「惣菜管理士」、販売は「デリカアドバイザー」、消費は「ホームミールマイスター」の教育プログラムを用意し、「学んでつなげよう、食の信頼」を合言葉に3つの教育事業（通信教育）を展開しています。

お客さまへ安全・安心の食品を提供していくためには、業務に従事する一人一人の基礎知識の向上が欠かせません。

ぜひ「惣菜管理士」「デリカアドバイザー」の問題にチャレンジして、ご自身の食に関する知識をチェックしてみましょう！

惣菜管理士 一・二・三級
食品業界に従事する「食」の専門家の育成

製造

販売

消費

デリカアドバイザー
買物サポーターの育成

ホームミールマイスター
食生活を豊かにする人の育成

「二級惣菜管理士」にチャレンジ

- 問：食品の水分活性（Aw）と微生物の生育との関連についての記述のうち、誤っているものを一つ選びなさい。
1. 微生物が生育するには、それぞれ一定のAwが必要で、最低Aw値以下の環境では生育できない。
 2. Awを微生物の生育最適レベル以下にすれば、食品の劣化は遅くなる。
 3. カビに比べて、細菌は低いAwでも増殖できる。
 4. 糖度の高いジャムやマーマレードは、Awが0.65～0.85の範囲の食品である。
 5. ほとんどの微生物は、Awが0.7以下では増殖できない。

「デリカアドバイザー」にチャレンジ

- 問：緑黄色野菜について、正しいものを1つ選びなさい。
1. さやえんどうは緑黄色野菜で、可食部100g当たりβカロテン当量を600μg以上含む。
 2. 可食部100g当たりのβカロテン当量が600μg未満でも、1回に食べる量や使用回数が多い有色野菜は、緑黄色野菜に含まれる。
 3. トマトや青ピーマンは有色野菜だが、緑黄色野菜には含まれない。
 4. 緑黄色野菜の分類は、文部科学省が栄養教育のために設けたものである。

※問題の答えと解説は下枠に記載

【二級惣菜管理士】解答：3

解説：カビは、細菌や酵母に比べて低いAw域でも増殖できる。Awが0.65～0.85の範囲の食品を中間水分食品といい、長期の保蔵が可能となる。また乾性カビなど一部を除いて、ほとんどの微生物はAw0.7以下では増殖できない。

【デリカアドバイザー】解答：2

解説：トマトや青ピーマン、さやえんどうは、可食部100g当たりβカロテン当量を600μg以上含んでいない。しかし、1回に食べる量や使用回数が多いので緑黄色野菜に分類されている。緑黄色野菜の分類は、栄養指導において厚生労働省が設けた分類である。緑黄色野菜の取り扱いについては、日本食品標準成分表の改訂のたびに見直し、厚生労働省から通知される。

コラム
行事と食
Event Food Column
第九回

ひな祭りのごちそう 江原絢子先生の“すばらしい和食”

東京家政学院大学名誉教授／(一社)和食文化国民会議 顧問 江原 絢子 氏

節供（せっく）は、節日に供えるものとの意味があり、節供と表示するのが本来であるが、節句も使われている。雛遊びは、平安時代から上巳（じょうし）の節供だけでなく他の日でも行われていた。人形は穢（けが）れを祓（はら）い、災禍を除いてくれる人形（ひとがた）の性格が強く、これを水に流して清めたが、その後、ひな飾りに発展した。しかし、今でも地域によっては流しびなの風習がある。

3月3日など奇数の重なる日は、中国では忌（い）む日となるため邪気を祓（はら）ったが、日本でも桃の花を供えるほか、磯遊びで海水をすくって顔や手を洗うなど邪気を祓う行事でもあった。はまぐりの吸い物が行事食となった理由ともいえる。最近はこちらしずしが主流と

なっているが少し前までは、赤飯、いなりずしや巻きずしが多かった。

古代の中国では、植物の汁物で邪気を祓ったが、古代の日本でも母子草（春の七草ごぎょう）で草餅をつくり、後にもぎ餅と変化した。現在も地域により異なる餅がみられる。岐阜県東濃地方、愛知県奥三河などのひな祭りの餅「からすみ」は、富士の形をした米粉の蒸し菓子である。各地に定着したひな祭りの祝い方を大切にしながら春の訪れを楽しみたい。



2021年10月

1世帯当たりの消費支出金額 (全国・2人以上の世帯)

項目 (消費支出の内訳は品目分類)	実数 (円)	対前年 同月増減率	
		実質 (%)	寄与度 (%)
消費支出	281,996	▲0.6	▲0.6
食料	79,543	▲0.9	▲0.26
穀類	6,819	▲3.7	▲0.10
米	2,366	▲5.0	▲0.05
パン	2,574	▲2.2	▲0.02
麺類	1,485	▲2.6	▲0.01
他の穀類	394	▲4.3	▲0.01
魚介類	5,691	▲6.8	▲0.14
生鮮魚介	3,246	▲6.5	▲0.08
塩干魚介	1,008	▲10.7	▲0.04
魚肉練製品	670	▲4.1	▲0.01
他の魚介加工品	767	▲4.9	▲0.01
肉類	7,850	▲2.6	▲0.07
生鮮肉	6,378	▲2.7	▲0.06
加工肉	1,472	▲2.3	▲0.01
乳卵類	4,051	1.2	0.02
牛乳	1,285	▲1.0	0.00
乳製品	1,880	2.4	0.02
卵	887	1.5	0.00
野菜・海藻	8,922	▲2.1	▲0.07
生鮮野菜	6,006	▲1.6	▲0.04
乾物・海藻	694	▲3.9	▲0.01
大豆加工品	1,085	▲5.0	▲0.02
他の野菜・海藻加工品	1,137	▲0.1	0.00
果物	3,419	▲3.2	▲0.04
生鮮果物	3,151	▲3.5	▲0.04
果物加工品	269	▲0.4	0.00
油脂・調味料	3,852	▲2.8	▲0.04
油脂	412	▲6.6	▲0.01
調味料	3,441	▲2.1	▲0.03
菓子類	6,954	2.7	0.06
調理食品	11,457	4.0	0.15
主食的調理食品	4,937	6.2	0.10
他の調理食品	6,520	2.4	0.05
飲料	4,997	4.9	0.08
茶類	1,094	▲0.8	0.00
コーヒー・ココア	1,027	▲2.5	▲0.01
他の飲料	2,876	10.2	0.09
酒類	3,540	6.7	0.08
外食	11,990	▲4.0	▲0.17
一般外食	11,098	▲4.3	▲0.17
学校給食	892	▲1.3	0.00

注1：内訳は主要項目を掲げたため内訳を足し上げて必ずしも合計とは一致しない。注2：2人以上の世帯には「勤労者世帯」「無職世帯」のほか、世帯主が個人経営者、法人経営者、自由業者などの世帯が含まれる。注3：「対前年同月増減率」欄の値には、18年1月に行った調査で使用する家計簿の改正の影響が含まれる。(総務省家計調査)

今春の食用油や小麦粉、大豆、砂糖など主原料系の高騰は周辺商材へ急速に波及し、直近でも冷凍食品や醤油、食肉加工品、水産練り製品、豆乳、ウイスキーなどが来年からの値上げをアウンス。
すでに値上げしていた食用油が来年度目、マヨネーズが2度目の価格改

新型コロナの影響も含む世界的な需給変化で、下期はあらゆるカテゴリーに食品値上げが拡大している。
上期6月までに値上げした食品は日本食糧新聞調べで14業種だったが、12月10日現在、来年からの実施も含むと約80業種が価格改定を表明。緊急事態宣言解除以降、小売業が卸へ調達コストを引き下げる動きが再燃しているが、国際情勢も背景に今後も原料・資材費などは下がらないとの見方が大勢だ。

**食品値上げ、80業種へ拡大
原料・コスト事情厳しく**

2021年10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	971	110.1	108.6
②食品スーパー	1,016	108.8	106.1
③百貨店	271	105.7	105.2
④CVS	-	-	98.8
⑤外食	-	99.5	-

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/全国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

総務省が発表した10月の家計調査(全国・2人以上の世帯)によると、1世帯当たりの消費支出は28万1996円で、物価変動の影響を除いた実質では前年比0.6%減で、消費支出の減少は3カ月連続。
(ニュースダイジェストは日本食糧新聞社提供)

定を発表するなど、食品業界は空前の値上げラッシュに突入している。

**総務省・10月家計調査
実質前年比0.6%減**

毎月10日に、日本惣菜協会会員企業のご担当者さまへ「人事労務情報」をメール配信しています。ぜひご覧ください。

人事労務情報

2021
12

CONTENTS

- 助成金情報 厚生年金保険の養育特例の申し出、「住民票の写し」の原本は不要に！
- 労務管理情報1 労働安全衛生調査、メンタルヘルスや外国人への労災防止対策状況
- 労務管理情報2 コロナ禍で進んだ労務書類のペーパーレス化と行政手続きの押印見直し
- 相談室 高校生(18歳未満の学生)を雇用する場合の注意点を教えてください
- じっくり解説！ 副業・兼業により、複数の事業所で社会保険に加入するケースがあります
- 注目！！ パワハラ防止対策、トップのメッセージが重要です！

1月号 読者アンケート

いつもjm Newsをご購読いただきましてありがとうございます。より良い誌面作り・有益な情報をお届けするために、皆さまからのご意見を参考にさせていただきます。ご協力をよろしくお願いいたします。

アンケートにお答えいただき、クイズに正解した方の中から、抽選で3名さまに1,000円分のAmazonギフト券をプレゼントいたします。右下のQRコードよりご応募ください。

※応募フォームにご入力いただきました個人情報は、当プレゼントの発送、および個人情報を含まない統計的な資料作成以外には使用いたしません。

※当選者の発表は、賞品の発送をもってかえさせていただきます。

プレゼントクイズ

Q：食品衛生の7Sに含まれないものはなんでしょう。

A：①整理 ②殺菌 ③集中

ヒントはホームミールマイスター WEBテキスト

92-惣菜製造の衛生管理 を check !

ホームミールマイスター

検索



応募はこちらから➡





東罐興業(株) Tel：TEL03-4514-2126 (担当者：営業推進部 星野 佳奈子)

Tokan PA-Tray ピーエー・トレー (特許出願中) 密閉流通可能な紙トレーの開発を実現

東罐興業(株)の「Tokan PA-Tray ピーエー・トレー」(特許出願中)は、海洋プラスチック問題から世界的なプラ規制・温室効果ガス削減・フードロスなどの社会的課題解決へつながる包装容器である。昨今の巣ごもり需要もあり、国内の中食市場は伸長著しく、惣菜やテイクアウトおよびデリバリーに使用されるプラスチック容器は増加し、ごみ問題へつながるリスクが心配されている。サステナブルな社会に貢献するためにさまざまな課題解決につながる技術開発を進めて、紙素材を基軸とした密閉流通可能な紙トレーの開発を実現した。

用途は、常温・チルド品などの弁当・惣菜、精肉などの流通容器として最適である。(冷凍対応検討中)

特徴は、紙容器としては珍しいトップシール、ガス置換包装(MAP包装)対応で3～7日程度の賞味期間延長が可能^(※1)である。プラスチック使用量を約80%削減^(※2)、さらに内面のフィルムも簡単にはがせるので分別回収も楽になる。また、内面にはPPフィルムを使用しており、電子レンジで調理することができる。

使用材質は、外面は店のロゴなどが印刷可能な厚紙で、内面は貼合に適したプラスチックフィルムで構成された紙トレーである。食品充填(じゅうてん)後の流通中に、紙トレーが荷崩れ・変形しないように厚紙を使用して強度アップにより保形性を維持している。紙トレーの構造は、八角形を基本形状としてコーナー部に視認性のよいタブを取り入れている。コーナー部は、成型時に首下にリブを形成する工夫を施し、ブロッキング防止を実現。また、充填シールをする際の密閉性を確保するため、紙の段差の影響を受けない独自技術を確立している。

(※1) 内容物は加熱調理品を想定。保管温度・調理条件・内容物によって賞味期間延長の日数は変わる。

(※2) 同等サイズの樹脂トレーと比較



2022年 初午いなりののご提案

2月11日 初午いなりの日

新暦2月10日(木)／旧暦3月6日(日)

《販促物情報》

初午の販促物をお届けします!!

※販促物のお問い合わせは、

- ・オーケー食品工業(株)
- ・松田食品(株)
- ・(株)みすずコーポレーション
- ・(株)Mizkan まで。



シール (日付け 有/無)

ポスター (日付け 有/無)



一般社団法人 日本惣菜協会 正会員名簿

- 北海道**
 株式会社九神ファームめむる
 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
 株式会社だるま食品
 株式会社ビックスコーポレーション札幌
 (特非)プロジェクトめむる
 株式会社弁釜
 株式会社北海道フード
 株式会社美奈味
 株式会社ライラック・フーズ
 株式会社ラルズ
- 青森県**
 株式会社あおもりコープフーズ
 株式会社かがや食品
 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
 株式会社マーマフーズ
 株式会社マジックパール
- 宮城県**
 株式会社海祥
 株式会社佐市
 株式会社サト一食肉サービス
 株式会社シヤ食品
 株式会社仙水フーズ
 株式会社だいい久製麺
 (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**
 株式会社内池醸造
 株式会社グリーンフーズよしだ
 株式会社テリアン・クオリティ
 株式会社美女来
 株式会社フォージーズファクトリ
- 茨城県**
 株式会社有太蔵
 株式会社カジマ
 株式会社カスミ
 株式会社せき
 株式会社弥七
- 栃木県**
 株式会社遠藤食品
 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
 株式会社宵 八久
- 埼玉県**
 株式会社アーリーフーズ
 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
 株式会社グルメデリカ
 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
 株式会社マルコーフーズ
 株式会社武蔵野
 株式会社ヤオコー
- 千葉県**
 株式会社青柳食品
 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
 株式会社サンフレッシュ
 株式会社タイハイ
 株式会社デリシャス・クック
 株式会社虎屋産業

- HIKARINIHOH 株式会社
 フジフーズ株式会社
 フレッシュ食品株式会社
 万星食品株式会社
 株式会社若しば企画サービス
- 東京都**
 相生産業株式会社
 株式会社あずみのふうず
 株式会社イチハフーズ
 株式会社いなげや
 イニシオフーズ株式会社
 株式会社エスエムアイ
 株式会社エムアイフーズスタイル
 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
 岡常商事株式会社
 オリジン東秀株式会社
 株式会社韓国広場
 キトクフーズ株式会社
 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
 株式会社ジェアール東海パッセンジャーズ
 湘南食品株式会社
 株式会社知床館
 シントミフーズ株式会社
 株式会社隆峯
 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
 デリア食品株式会社
 堂本食品株式会社
 東立商事株式会社
 株式会社仲野水産
 株式会社なとりデリカ
 株式会社ニッセーデリカ
 日本化工食品株式会社
 株式会社日本ばし大増
 ビッグシェフ株式会社
 株式会社ファーストフーズホールディングス
 株式会社鮎忠
 フリマハム株式会社
 株式会社マツオ商店
 丸上食品工業株式会社
 株式会社丸仙青果
 株式会社(株)ミート・コンパニオン
 株式会社ヤマヲ
 株式会社ヤヨイサンフーズ
 株式会社吉野家ホールディングス
 株式会社ヨムラ・フード・ホールディングス
 株式会社よしや
 株式会社ライフコーポレーション
 わらべや日洋食品株式会社
- 神奈川県**
 株式会社太堀
 キンセイ食品株式会社
 寿食品株式会社
 相模フレッシュ株式会社
 株式会社サンフーズ
 株式会社ジャンボリア
 株式会社セイショク
 株式会社大栄フーズ
 トオカフーズ株式会社
 株式会社はなまるフードサービス
 株式会社美幸軒
 (有)ミック
 株式会社ミツハシ
 利恵産業株式会社
- 山梨県**
 株式会社オキノ
 株式会社シミズフレッシュデリカ
 株式会社富士物産
 株式会社まもかーる
- 長野県**
 株式会社会玉屋
 信越明星株式会社
 株式会社フレッシュベジ加工
 有本郷鶏肉
 株式会社みすずコーポレーション
- 新潟県**
 株式会社石倉製麺所
 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

- サトウ産業株式会社
 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
 タカノ食品株式会社
 株式会社ハイブライ
 原信ナルスオペレーションサービス株式会社
 株式会社ひまわり食品
 株式会社マツフーズ
 (有)みやげ食品 新潟営業所
- 富山県**
 アイディック株式会社
 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
 北陸ミート株式会社
 株式会社ユーキフーズ
- 石川県**
 イケウチ株式会社
 株式会社一膳
 株式会社宇ノ気給食センター
 カナカン株式会社
 株式会社クオリティランチ
 株式会社スギヨ
 大生食品工業株式会社
 株式会社八幡
- 福井県**
 株式会社大津屋
 フレック食品工業株式会社
- 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
 中部フーズ株式会社
 株式会社デリカサイト
 株式会社ながもり 米野工場
 株式会社緑洲通商
- 静岡県**
 カネギ東海フーズ株式会社
 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
 株式会社知久
 株式会社はまちゅう
 マックスパリュ東海株式会社
 ヤマガタ食品株式会社
 株式会社ヤマザキ
 ヨシケイ開発株式会社
- 愛知県**
 株式会社あじわい亭
 株式会社石川屋
 イチビキ株式会社
 株式会社魚初
 (有)右大臣
 カネハツ食品株式会社
 カネ美食品株式会社
 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
 株式会社セキヤ食品工業
 セントラル製麺株式会社
 株式会社だるま
 ドミーデリカ株式会社
 中日本ハイウェイ・リテール株式会社
 株式会社フジデリカ
 プリムイソペン株式会社
 株式会社フルックス東海
 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
 株式会社山口ハスフード
- 三重県**
 オークーズデリカ株式会社

- 株式会社柿安本店
 株式会社三水フーズ
 三成食品株式会社
 デリカ食品株式会社
 丸味食品株式会社
 株式会社港屋
 ヤマダイ食品株式会社
- 滋賀県**
 タナカフーズ株式会社
 株式会社ベジカフーズ
 株式会社ベストーネ
- 京都府**
 角井食品株式会社
 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
 株式会社野村佃煮
 株式会社ノムラフーズ
 株式会社ビックスコーポレーション関西
 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
 エスアールジャパン株式会社
 株式会社MDG
 株式会社合同食品
 ゴールドエッグ株式会社
 株式会社崔さんのお店
 株式会社サンエッセン
 株式会社せんにち
 大起産業株式会社
 株式会社大つる
 ダイワサミット株式会社
 株式会社田中食品興業所
 ニコニコのり株式会社
 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
 丸大食品株式会社
 株式会社山福
- 兵庫県**
 明石食品株式会社
 株式会社今里食品
 沖物産株式会社
 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
 ケンミン食品株式会社
 フジッコ株式会社
New フジッコ NEW デリカ株式会社
 プンセン株式会社
 株式会社ロック・フィールド
- 奈良県**
 株式会社味の太和路
 株式会社奈良コープ産業
 株式会社フルックス
 三原食品株式会社
- 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
 三友食品株式会社
 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
 アステピア株式会社
 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
 株式会社広島アグリフードサービス
 株式会社広島駅前当 矢野工場
 株式会社藤三

- 株式会社マイ・コック
 株式会社ゆめデリカ
- 山口県**
 農水フルーツ株式会社
 株式会社丸久
 ミートセンター杉本畜産株式会社
 (福)緑山会
- 徳島県**
 (有)グリーンランド
 四国化工機株式会社
 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**
 愛麺株式会社
 株式会社クック・チャム
 株式会社クック・チャム四国
 株式会社クック・チャム my mama
 四国医療サービス株式会社
 日本食研株式会社
 日本食研製造株式会社
 日本食研ホールディングス株式会社
 株式会社ビージョイ
 株式会社フードサポート四国
 株式会社フジデリカ・クオリティ
- 高知県**
 株式会社アピタ
 株式会社サンニーマート
- 福岡県**
 株式会社イヌイ
 株式会社エル三和
 オークー食品工業株式会社
 株式会社主計物産
 株式会社クック・チャムプラスシー
 株式会社クック・チャムマイシヤンス
 ケアユー(株) 博多工場
 株式会社セイブ
New 株式会社ダイキョーブラザ
 株式会社NAGAI
 株式会社はたなか
 株式会社不二食
 株式会社まんてん食品
 株式会社むすんでひらいて
 明治屋産業株式会社
- 佐賀県**
 株式会社九州ダイエットクック
- 熊本県**
 イケダ食品株式会社
 株式会社サン・ミールサプライ
 株式会社ヒライ
 株式会社ヒライ給食宅配サービス
 ふくとく(株)
 (有)マツエダフーズ
- 大分県**
 株式会社くちや
 (有)もり商事
- 宮崎県**
 (農)香川ランチ
 (社)キャンパスの会加工センターキャンパス
 株式会社永友食品
 株式会社マルイチ
 ミツイシ(株)
 宮崎デリカフーズ(株)
- 鹿児島県**
 マルイ食品株式会社
 明和食品株式会社
 株式会社山川食品
- 沖縄県**
 アンリッシュ食品工業株式会社
 沖食スイハン株式会社
 三高水産株式会社
 株式会社積徳商事
 株式会社立川フードサービス
 株式会社リウボウストア
- 海外**
 NIJIYA MARKET

正会員	373社
賛助会員	228社
協力会員	33社
合計	634社

2021.12.6 現在

工場の「人手不足」を、解決しませんか？

業界の共通課題を自動化とシミュレーション技術で解決し、生産性を向上

こんなお悩みをお持ちの方は是非ご連絡ください

単純作業を自動化したいが、
どう進めればいいのかわからない

商社やSIerに相談しても
全体最適な提案を
受けることができない

自動化による経営視点での
効果のイメージが湧かないため
プロジェクトが前に進まない

食品ロスといった社会課題の
解決と経済合理性の両立を
図りたい

自動化を検討しているが
導入コストに不安があるため
前に進めない

詳しい社員がいないため、
設備導入に戸惑いを感じている

シミュレーション技術を活用した

中小食品製造業の生産性向上支援プログラムの取り組みとなります

令和元年度補正ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金〔ビジネスモデル構築型〕(2次公募)採択プロジェクトとしてスタート。生産性向上に寄与する共通課題を複数抽出、製造業における3000件を超える自動化、効率化支援実績をもとに自動化構想設計、シミュレーションによる効果検証を実証するプロジェクトです。2022年5月の成果発表を目指し、一般社団法人日本惣菜協会会員企業とともに推進を予定しております。

「現場の生産性の向上」にお悩みの方はお気軽にご連絡ください(担当:高見・尾山)

メールでのお問合せ

rd@fa-products.jp

お電話でのお問合せ

03-6453-6761 (代表)

 **FA Products**

会社情報

商号 株式会社FAプロダクツ

所在地 東京都港区新橋5-35-10 新橋アネックス2F

HP <https://fa-products.jp/>

本プロジェクト共同事業者(Team Cross FA幹事企業) 株式会社オフィス エフエイ・コム、日本サポートシステム株式会社、ロボコム株式会社