



SPECIAL SEMINAR

第46回2024年度 定時総会 記念セミナー

TQMを根幹に据えた成長戦略

～アクシアルリテイリングのTQM活動とその成果～

アクシアルリテイリング(株) 代表取締役社長CEO

原和彦氏

【特集】 2023年惣菜市場規模 10兆9,827億円 (前年比4.9%増)



油揚げ・いなりが作り出すワクワク感を 安全安心で支える

1946年に松田商店として大阪市生野区に豆腐店を創業。味付け油揚げの商品性に着目して製造システムを研究開発した。77年に味付け油揚げの先発メーカーとして現業にシフトし、松田食品工業(株)を設立して法人化した。現在は大豆加工食品、寿司材料(味付け高野豆腐・味付干瓢・巻芯など)、和惣菜・和スイーツの製造・販売を行っている。

私は会社の資格取得の奨励・支援制度で、約15年前に一級惣菜管理士を、8年前にデリカアドバイザーの資格を取得しました。惣菜管理士は、当社の松田浅三会長と一緒に受講・受験・合格した貴重な体験が大切な思い出になっています。

私は食品と全く関係のない他業界から中途入社したので、食品に関する知識が無く苦労しましたが、惣菜管理士養成研修では、添加物・栄養素・品質管理などについて一から体系的に学ぶことができとても良かったと思います。

「設計・調達・製造・販売」強味を さらに発揮させるための知識を学んだ

当社は、「設計・調達・製造・販売」という一貫ラインで組織が構成されているため、味や食感など商品をよりおいしく、より高品質にするための対応をタイムリーに実現することが可能であり、そこが当社のストロングポイントだと思っています。また、ハード面以外にも一人一人の知識とアイデアを結集し、お客さまにご満足いただける品質を創り込めるチームワークも重要になってきます。惣菜管理士養成研修を受講して、取引先さまや関連企業、社内でもそのレベルが上がったように感じています。

昨今は特に健康志向に着目した商品提案が求められてい

ます。惣菜管理士とデリカアドバイザーの学びを通じて、食品スーパーや外食企業のバイヤーさまに食の基本を押さえた健康志向の強い提案をすることができるようになりました。惣菜も価格の高騰が著しい中で、いなり寿司はお財布にやさしい商品です。いなり寿司の材料となる油揚げの大豆や油も高騰して厳しい状況ですが、顧客トレンドとしては、既存商品を改良したワンランク上の品質が好まれるため、生活者のみなさまが満足いただけるような提案を心がけています。

いなり寿司は海外でも人気

いなり寿司が海外でも人気になった背景には、和食ブームが大きく影響しています。海外では、いなり寿司に現地の食材を取り入れたアレンジが行われています。ヘルシーで手軽に食べられるという点が、多くの国で共通して評価されているようです。ビーガンやベジタリアンの選択肢として人気が高く、日本料理の多様性が認識されていることをうれしく思います。

いなり寿司の今後の展望として、さらに多様なバリエーションが生まれ、世界中で広く愛されることを期待しています。日本の伝統的な食文化の一部として、これからもおいしさや安心安全を提供するために努力を続けてまいります。



「the first thing」

山本 頼子 Yamamoto Yoriko (所属: 嬉々!! CREATIVE)

1975年生まれ。嬉々!!CREATIVEのベテラン作家。フェアトレード・オーガニックな商品を取り扱う第3世界ショップのパッケージデザインや、シューズブランドLe Talonに採用されるなど採用歴多数。化粧品や花をテーマに選び、ペンでラフに線を引く。色選びには特にこだわっている。紙に顔をくっつけてインクを染みこませるのを楽しみ、葉脈のように区切りながら塗っていく。時々添えられる文字は、ほんわか優しい印象で作家の人柄を表している。

jm News Contents June/July 2024 No.329

- 02 笑顔いきいき 松田食品工業(株) 櫻井 秀則 さん
- 03 スペシャルセミナー TQMを根幹に据えた成長戦略
- 06 特集 2023年惣菜市场規模 10兆9,827億円 (前年比4.9%増)
- 08 2024年度 定時総会
- 11 〃 活動方針
- 12 〃 優良社員表彰
- 16 協会活動
- 18 食品の「科学と技術」物語 Vol.11 登録検査機関における食品検査とその信頼性確保
- 19 惣菜新時代 Vol.3 セブン&アイの力を結集した「ピースデリ千葉キッチン」稼働開始
- 20 企業訪問SDGs (株)福島食品
- 21 日本の郷土料理 発見!郷味 [大阪府]
- 22 新入会員紹介
- 23 わが社のイチ押し 小浅商事(株)/株キューケン
- 24 Skill Check & Study Go! チャレンジクイズ
- 24 「惣菜のお悩みあるあるQ&A」Vol.3 「惣菜管理士」は「スグレモノ」でした
- 25 ニュースダイジェスト/アンケートクイズ
- 26 正会員名簿 (2024年6月現在)

アクシアル リテイリンググループは、原信、ナルス、フレッセイの屋号で新潟県と群馬県を中心に6県で約130店舗を展開するリージョナルチェーンのスーパーマーケットである。2023年度売上高2,700億円、経常利益123億円で右肩上がりの成長をしている。合併・統合で成長してきたことから、経営計画の達成と異なる経営文化の融合にTQM (Total Quality Management=総合的品質管理) 改善活動を経営の根幹にしている。2024年度定時総会記念セミナーから抜粋する。

アクシアル リテイリング(株) 代表取締役社長 CEO

原 和彦 氏 Hara Kazuhiko

1989年(株)西友フーズ(現西友)入社。94年(株)原信入社、2000年常務取締役、07年専務取締役、08年代表取締役社長。13年(株)フレッセイホールディングスと経営統合しアクシアル リテイリング(株)設立、代表取締役(現任)。13年(株)シジージャパン会長、23年同理事。

TQMを根幹に据えた成長戦略

～アクシアルリテイリングのTQM活動とその成果～

経営原則の一つは「TQMを経営の根幹にします」

当社の企業理念は、食品スーパーとしては特段変わったことのない「豊かな生活を提供します」「廉価で販売します」です。昨年、改めてグループ全体の行動規範となる「アクシアルポリシー」を制定しました。これは、グループの経営理念に加えて、経営原則と行動指針を明らかにし、組織活動の土台を簡潔にまとめたものです。グループビジョン『Axial Session』(エンジヨイ! アクシアルセッション)の実現に向けて、品質経営・環境経営・健康経営・技術革新への対応・人づくりの基本政策を掲げ、グループ一体となって取り組もうというものです。

このアクシアルポリシーの経営原則5つの中には「TQMを経営の根幹にします」「マスマリットを追求します」の二つがあります。マスマリットは、とにかく規模を確実にしていくために物流やITなど機能を組み合わせることで規模からマスマリットが生み出されると思います。

規模や機能を作り込んでいるのが人材です。その人材を育成する土台がTQM活動です。

変化への対応をTQMで進める健康経営の取り組み

日本は人口減・高齢化が進み、お客さまのライフスタイルも変化しています。世界はというと、脱炭素を中心とした環境問題に関心が高まっています。私ども

小売業は変化対応業です。この変化への対応をTQMで進めている環境経営・健康経営、そしてITへの取り組みを紹介いたします。

まずは健康経営です。人口減・高齢化を背景に女性の社会進出が進み、多くの人は調理を簡単に済ませたいと思っています。しかも健康的にということでも健康提案が求められている中、数年前からサラダに注目しました。推奨されている野菜の摂取量は1日350g以上ですが、実際にはそれを自分で摂るのは難しい。それならば手軽においしく野菜を食べていただくために、食卓出現率の高いサラダを家庭では作れないレベルの手間をかけた商品にして、年間約30品目を改廃しながら投入しました。

また、魚は良質なたんぱく質でありながら、下処理が面倒で食べたいのに調理をしたくないという微妙な食材です。そこで、水産売場で処理した調理済みの魚を「魚菜屋」の屋号で提供しています。水揚げの状況で品揃えは若干変わりますが、鮮度を重視して手間を惜しまずに常時20品目くらいで魚惣菜を展開しています。

続いて「だし香る」シリーズです。新潟県は塩分摂取量が高い県の一つで、胃がんの発症リスクが高いと言われていいます。塩分を控えるとおいしさが削がれるわけですが、10年ほど前の当社の株主総会で、ある株主さまから「おたくの惣菜はしょっぱい」という指摘を受け、塩味を抑えても食べやすくおいしい商品開

発を本格的に始めました。そこでたどり着いたのが「だし」で塩味を抑え、うまみを引き出すという手法です。約200品目の惣菜のほかに、日配商品・菓子など塩分を使ってカテゴリーを「だし香る」シリーズとして塩分控えめ商材を広げた商品ラインナップがかなり整ってきました。

同様に、新潟県は酒・醤油・味噌・麹など発酵文化が進んでいる県です。こうした醸造商品メーカーと一緒に発酵食品を使った商品作りにチャレンジして、「極醸」シリーズとして約20品目を開発しました。

健康経営として、このような切り口の健康・簡便・おいしいという商品を自社NB中心に展開するほか、地域の方々とウォーキングや新潟県が推奨している健康プロジェクトに参加するなど、従業員とその家族の健康にもアプローチしています。

もう一つ、当社独自のMD「べつ腹MD」もあります。地元で、とてもおいしいおまんじゅうを作っていた老舗の饅頭屋が廃業することになりました。そこで当社に後を継がせてほしいとお願いで製法を教えていただき、名前はそのまま「小国饅頭」として店舗で販売し、グループ会社のローリーが製造しています。地方では後継ぎがいなくて廃業される老舗が少なくありません。地域に愛された味や商品を次の世代につなぐことも小売の役目かと思えます。



社会貢献活動と事業活動を 一体で取り組むPB Hana-weil（ハナウェル）

原信は00年に環境マネジメントシステムISO14001を全店で取得し、全事業所一括の認証取得は業界初でした。以来、真面目に環境問題に取り組んでいきます。例えば、店舗運営に必要な重油・紙・電気・水などを項目別に使用数量を出し、CO₂排出量を減らす目標を項目ごとに設定してPDCAサイクルで回していく活動を継続しています。

社会貢献活動と健康や環境などにそれぞれ取り組んできましたが、これを一体的に取り組む商品作りをするブランド「Hana-weil（ハナウェル）」を23年に立ち上げました。このブランドには、おいしさを第一に、地球・健康・地域・人・未来に向けて幸せの花を植えていくという思いを込めました。まるで花が咲くように笑顔が伝わっていくことがコンセプトです。

24年の春に、その思いを具現化する商品「エシカル」（倫理的）商品をリリースしました。例えば、枝豆の生産量が多い新潟県では規格外品がたくさん廃棄されていますが、岩塚製菓のヒット商品「ふわっと」というお菓子を規格外の枝豆を練り込んだ商品を企画するなど、フードロスとともに地域産業を守る活動を始めました。

また、Hana-weilのマークは障がいのある方が作成したものです。障がいのあ

る方の作品を多くの人に見てもらい活用してもらおうという活動をしているNPO法人と連携し、パッケージデザインにも採用して障がいの社会参画機会の一助となる活動を進めています。

こうした商品は「理想は素晴らしいが、正直売れない」と、断念される話をよく聞きます。この活動には持続性が大事で、売れ続けるには何よりもおいしいことを最重要としています。エシカルをEagle'sの立ち上げから開発を取りまとめているのが、惣菜のチーフバイヤーをしていた田邊聡子で、惣菜で培った消費者ニーズや屈しないおいしさの追求をエシカル商品に最大限に生かして商品作りをしています。

グループ会社による システム開発でIT関連を強化

当社はグループ企業のアイテックというITシステム開発会社が、一貫してアクリル向けの流通小売業に特化したソフトを開発しています。小売でIT開発会社を持つているのは珍しいかと思えます。「変化対応」が求められる業界にあって常に最新のニーズに応えるべく、開発力強化に努めています。

最近ではAIを使った自動発注システムを独自に作り込み、発注時間を55%削減、品切れ件数を25%削減するなど一定の効果が出ています。参考までに、このシステムは同業他社にも販売し使っているだけでいます。

働き方改革で会議時間3分の1減 有給取得率が向上

話は脱線しますが、健康の取り組みと併せて働きやすい職場環境の整備として、16年から有給休暇の取得率向上を進めました。安倍内閣が働き方改革と言いつつ、有給休暇の取得義務が決定したのがこの年です。当時、全産業の有給取得率は約50%で、今は約62%に引き上げられています。当時の小売業の平均は約36%で、当社は35%と低い水準でした。

そこで、掛け声だけに終わらないように有給休暇が取れる職場の余力を作ろうと、会議を減らすことにしました。中でも、本部に年間10回集まるチーフ会議を半分にしました。これだけで、チーフはチーフの留守を預かるサブチーフの休日が年間5日間増え、バイヤーたちは資料作成が軽減されます。会議が減って業績が落ちたら元に戻せばよいと始めましたが、おかげさまで業績は落ちませんでした。社内全体を見直したところ会議時間の約3分の1を減らすことができ、こうして徐々に有給取得率が上がって昨年度は87.6%程度まで伸びました。

併せて、多様化の時代ということで身だしなみ基準の緩和をしました。お客さまに不快感を与えないように髪の毛の色や長さなど、ブラック校則のようなルールがあり、それを昨年11月にすべて自由裁量にしました。従業員には好評ですし、お客さまからもクレームはありません。世の中の許容度が高まっていると感じました。



TQMは会社方針と日々の活動を一体化するツール

前述したとおり、「豊かな生活を提供します」「価値で販売します」の理念と、グループビジョン『Enjoy Axial Session』をもとに、中期経営計画、年度計画に落とし込んで部署の方針を展開し、日々の取り組みにつなげています。会社方針と日々の活動はバラバラになりがちですが、TQMで一体的な取り組みをするように心がけています。

当社のTQMはQC（品質管理）サークル活動がベースになり、各店舗・各部署で約1000サークルがアクシアル全体で活動しています。各サークルに年4件の改善活動を求めているので、約4000件の改善報告があります。SUM（Service Up Management）店長・バイヤー・課長・マネジャーなど個人で行う活動（対象者が500人おり、同じよ

うに最低4件の改善活動を行うこととしています。その他に部署を横断する委員会やプロジェクトにより方針管理活動が進められ、日常管理はウィークリーマネジメントを中心に活動が行われています。

このQCサークル活動は、約40年前に原形で始まった活動です。アクシアルが合併・統合を重ねてきたとお話ししましたが、異なる企業文化の融合にもTQMを活用しています。QC手法というものが、トヨタは「なぜ」を5回繰り返して問題の原因を突き止めると言われていますが、その大本になるのが特性要因図というもので、真の要因を突き詰めていく道具の一つです。道具の使い方は新入社員からパートナーにも研修と教育をします。

TQMとインストアマーチャンダイジングの相性は良い

ここ2年くらい力を入れているのが、インストアマーチャンダイジング（ISM）です。私が若かったころはISMの勃興期で、まだ体系化されていませんでした。バイヤーが提案した商品で売り場を作ることはチェーンストアとして当然のことですが、現場の自由裁量度が減ると同時に店の力が失われてきたという側面もあったように思います。そこで約2年前からもう一度バイヤー案をベースにしながらも、店でブラッシュアップするISMを勉強し直しています。これはTQMと非常に相性が良く、改

善活動の一助になります。ISMの取り組み事例ではカラーコントロールがあり、雑貨の紙コップなどもカラフルな売場デザインになっています。こうした活動を進めるために、10年から色彩士検定の取得を推奨しており、現在、社内には約300人の色彩士がいます。システム会社のアイテックが開発したものに、成果が出た売場をイントラネット上にアップして共有・評価するものがあり、投稿数が増えています。

小売に適合したTQM開発、新たにアイデア発想道場も

TQMは、トヨタやコマツなど機械メーカーを中心に発展してきた活動です。汎用性は高いのですが、小売に合った分析の手法までできていません。小売特性の分析手法である商品構成グラフや商品マトリックスなどを使った品揃えの分析をTQMの中に盛り込んだ活動も行い、独自のTQMに昇華させていきたいと思っています。

このような活動をしていましたら、日本科学技術連盟から日本品質奨励賞のTQM奨励賞を小売業として初めて頂戴しました。

このTQMは改善活動として非常に有効な活動ですが、もっと独創的な商品作りを強化するために、トヨタプリウスの開発にも携わった長岡技術科学大学改田哲也教授のアイデア発想道場を従業員60人が受講して、アイデア発想に磨きをかけています。

24年のテーマは「おいしさがドまん中 大作戦!!」

人口減少・高齢化・業種を超えた大競争という中で、ますますインフレ時代に進んでいます。売価は上がるが競争は厳しい。

そこで、当社の24年のテーマは「おいしさがドまん中 大作戦!!」を掲げました。副題は「つまよいねって言われたい(≧▽≦)」です。大作戦の施策としては、先般、子会社のローリーが新工場を設立し、物流センターも増強しました。

この秋には本部を新たに、業務用向けにメーカーと一緒に商品開発をするキッチンラボを、家庭用向けにはキッチンスタジオを設置し、バイヤーがパッと検証できるように準備を進めています。人材育成ではスペシャリスト検定として、オムライス検定を導入します。

また、社員にうれしい体験をたくさんしてもらおうと、おいしいものを食べに行つてレポートを会社に提出すると1000円補助する制度を4月から始めました。パートナーも対象で、すでに1000件以上出ています。若い人の奨学金補助制度も作りました。

TQM活動を経営の根幹にしたさまざまな施策でチェーンストアとしてのマスマリットを生み出し、お客さまに豊かさとして提供していき、そして便利さを提供していきたい。そのために、規模・機能・人材をこれからもより充実させていこうと思います。

2023年惣菜市场規模10兆9827億円（前年比4・9%増）
物価高の中、11兆円に迫った惣菜市场

流通科学大学 商学部経営学科教授 白鳥和生

日本社会は65歳以上人口の構成比が30%に迫り、女性の就労比率は67%、一人暮らし世帯の割合は38%に達する——。急速に人口は減少し、「胃袋」は小さく、買い物や家庭内調理時間はより短く、そして食へのニーズは健康や安全・安心、高品質・高付加価値、値ごろ、簡便、環境配慮など多様化する。一方で世界の人口は爆発的な増加を続け、食料を巡る争奪戦が活発化する。こうした変化の波が押し寄せる中、2023年の惣菜市场は前年比4・9%増の10兆9827億円となり、3年連続で拡大した。その背景を『惣菜白書2024』から解説する。

社会変化の波が押し寄せる

コロナ禍が始まった20年はコンビニエンスストア（以下、CVS）やデパ地下の不振で一時的に落ち込んだものの、23年は11兆円に迫る規模まで順調に回復した。消費ニーズへの対応が奏功したのに加え、値上げの浸透も市場拡大の要因だ。

「コロナ禍で巣ごもり消費が増え、ライフスタイルが大きく変化した。消費者も賢くなっている。中食も外食も進化しないと、以前のままで選ばれない。大きな変化はビッグチャンスでもある」。日本惣菜協会の平井浩一郎会長は24年の賀詞交歓会でこうあいさつした。

実際、惣菜は日持ちしにくい商品が多く、感染防止の観点から来店頻度の減少やまとめ買いが拡大した20年前半は、売

値上げが進んだ2023年

モノやサービスの価格動向を映す消費者物価指数（生鮮食品を除く）は23年暦年で2・8%上昇した。食品や宿泊料の伸びが目立つ。日本銀行は2%を目標としており、24年3月まで24カ月連続して2%以上で推移。一時は上昇率が4・2%まで上がったが、ピーク時からは落ち着きを見せている。ただ、足元では円安が急速に進展しており、輸入物価の上昇が再び消費者物価に影響を与えかねない。

『惣菜白書2024』の消費者調査によると、1年前と比べた購入頻度は「変わらない」が66・3%で最多だが、「大増えた」「やや増えた」の合計は22・8%と、「やや減った」「大減った」の合計10・9%を上回る。「種類が豊富になっていく」と「おいしいものが増えている」と思う層は6割を超え、生活者ニーズに対応している業界・企業努力がうかがえる。今後についても「かなり増える」「多少は増える」の合計回答は17・2%で、「減る」の9・7%を上回り、市場拡大が続く可能性が大きい。

23年は惣菜も原材料価格の上昇や人手確保のための賃金アップなどを吸収することは難しく、店頭価格は上昇した。例えば弁当では298円・398円だった下限価格（裾値）が328円あるいは348円、448円といった具合だ。実際、総務省の23年家計調査によると、食料は外食（前年比11・6%増）の回復があったものの、消費者物価指数で補正した実質では2・2%減となった。特に惣菜などの調理食品は実質3・8%減で落ち込みが大きく、値上げの浸透がうかがえる結果となった。

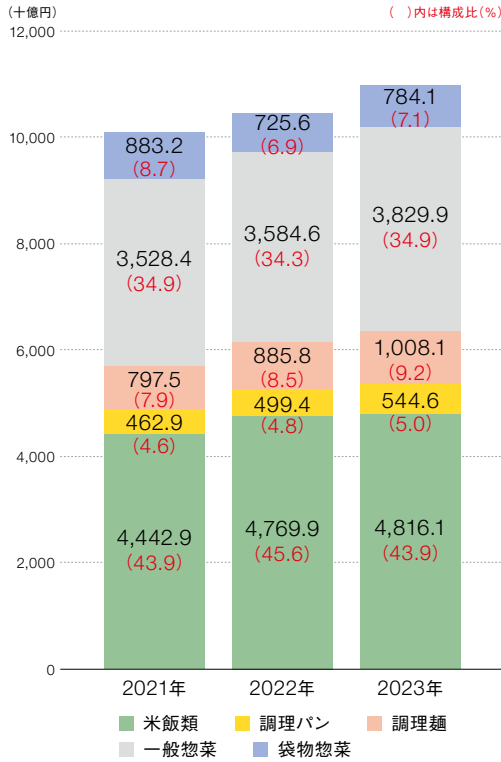
『惣菜白書2024』の消費者調査を見ても、1回当たりの購入品目数は1・

惣菜市场推移

単位：十億円、%

業態	2021年		2022年			2023年		
		構成比		構成比	前年比		構成比	前年比
惣菜専門店	2,747.2	27.2	2,833.4	27.1	103.1	2,942.6	26.8	103.9
百貨店	311.7	3.1	335.6	3.2	107.7	343.1	3.1	102.2
総合スーパー	907.5	9.0	934.5	8.9	103.0	975.4	8.9	104.4
食料品スーパー	2,947.0	29.1	3,081.6	29.4	104.6	3,258.6	29.7	105.7
CVS	3,201.5	31.7	3,280.1	31.3	102.5	3,463.1	31.5	105.6
合計	10,114.9	100.0	10,465.2	100.0	103.5	10,982.7	100.0	104.9

カテゴリー別市場 推移



7で横ばいだが、購入金額は「5000円未満」が減る一方で、「10000円以上」が増えた。一品当たりの単価は「1000〜4000円未満」がポリウムゾーンだが、首都圏では4000〜5000円未満」が増加傾向にある。値上げは、付加価値を上げた商品を投入する契機になり、従来にない価格帯（松竹梅の「松」の商品）へのチャレンジも目立った。

23年の家計調査で、食品の年間支出額（名目）は前年比5・7%増の約104万円と、00年以降で最高だった。実質ではマイナスとなった調理食品は約15万円で4・6%増え、過去最高となった。このうち主食的調理食品は前年比4・4%増、他の調理食品同4・6%増と順調に伸長した。

一方で、生鮮野菜は1・0%増、生鮮果物は3・4%増と伸び悩んだ。コメの支出額は前年比2・9%増の2万0297円と2万円台を回復したが、購入数量

は1・3%減った。その一方で「おにぎり・その他」の支出額は14・0%増、冷凍米飯などの「他の主食的調理食品」は6・0%増えた。

業種・業態の垣根を超えた競争

業態間の陣取り合戦は激しさを増している。惣菜・中食市場をけん引してきたのはCVSだった。23年もCVSが市場構成比31・5%（前年比0・2%上昇）でトップだが、ここ数年、食品スーパー（以下、SM）（構成比は0・3%上昇の29・7%）が猛追している。食品スーパーはプロセスセンター（PC）の活用をテコに効率化を進める一方、生鮮部門との連携でメニューの幅を広げる。この結果、コロナ禍前の19年に6・0%あったCVSとSMの構成比の差は、23年には1・8%に縮まった。

全国スーパーマーケット協会、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の3団体の販売統計によると、23年の総売上高が既存店ベースで前年比2・6%増となる中、惣菜は同4・4%増と全体を押し上げた。惣菜以上に伸長したのは冷凍食品を含む日配で同5・0%増だった。一品単価の上昇が続いた一般食品が同2・8%増、生鮮3部門が同1・5%増であるの比べ、惣菜や冷食の伸びが抜き出ている。

また、外食市場の回復は急で、多くの外食企業がデリバリーや持ち帰りのノウハウをコロナ禍で学んだ。人口減少社会の中で、まさに業種・業態の垣根を越えた「胃袋」の争奪戦が続く。

惣菜を扱う各業態に共通するのは顧客層の若返りだ。『惣菜白書2024』の消費者調査では、最近半年間での購入頻度を聞いた項目で、数年前に比べて「1回も」買わなかった」が微増となっている（22年62・6→24年64・7%）。特に20代は「1回も」買わなかった」が72・2%に達し、30代も66・8%と、年代が低いほど購入頻度が低下する結果が出た。

こうした傾向を映し、CVSは「独身女性」「30歳代」、惣菜専門店とSMは「兼業主婦」「30歳代」「40歳代」を今後取り込みたい客層に位置付ける。そして購入頻度が高い弁当、米飯類（おにぎりなど）を中心に、ターゲットに刺さる「健康」「栄養バランスがとれた」「野菜が多く含まれた」「ロングライフ商品」

「ブランド食材を使用した」といった商品に注力する。

「強み」を磨き市場を切り開く

生活者の節約志向が続く中、外食や専門店と比較した場合の値ごろ感は、惣菜の強みだ。家庭内調理の手間を省ける利便性もあるので、内食からの流入も続くとみる。『惣菜白書2024』で、23年を基準に3年後の売上高予想を聞いたところ、全業態合計で23年比8・0%増となった。

やや低めの伸長率のようにも見えるが、人手不足による労働制約や、惣菜と同様に外食・内食からニーズを取り込む冷凍食品の存在感が高まっていることが影響しているのかもしれない。

冷凍食品の23年出荷額ベースの市場規模は2・1%増の7799億円増と、過去最高を更新した。冷凍食品はコストや時間のパフォーマンス、貯蔵（ストック）性に優れ、チャーハンや麺類などは惣菜に対して競争優位性を持つ。冷凍食品の強化は店舗トータルで生活者の選択肢が増えることになり、CVSもSM、さらに食分野への進出が急なドラッグストアは売場を急拡大している。

既存の惣菜は、出来たてのクオリティを磨くことで魅力を高め、同時に厨房の人手不足により深刻化、現場のオペレーション負荷をできる限り軽減できる簡便な提供方法が求められている。

日本惣菜協会 2024年度 定時総会開催

日本惣菜協会は5月22日、東京都内の東京會館で第46回2024年度定時総会を開催した。同日開催した記念セミナーでは、アクシアルリテイリング(株)原和彦代表取締役社長CEOが「TQMを根幹に据えた成長戦略〜アクシアルリテイリングのTQM活動とその成果〜」をテーマに講演した。続く懇親会には来賓を含む650名を超える参加者が出席し、惣菜産業に多くの期待の声寄せられた。



任期満了にともなう役員改選で再任となった平井会長と理事一同

会長あいさつ



(一社)日本惣菜協会 会長
平井 浩一郎

日本経済の復活を果たそう、 今はビッグチャンス！

あれほど世界中を騒がせた「コロナ禍」が落ち着き、円安も相まって、日本は外国人の観光客で非常ににぎわっています。また、日本経済も少しずつテフレが収まり、回復の兆しが見えてきました。

私は、この2〜3年が日本のターニングポイントになるのではないかと気がします。過去を振り返ると、日本は

40年おきに大きな転換期を迎えています。1868年、徳川幕府は大政奉還をし、明治維新が起きました。それを機に、それまでの技術の遅れを一気に取り戻すべく、日本は富国強兵に走っていきます。それから約40年後の、1905年にはユーラシア最強国家の一つであるロシアを打ち破ります。日本は、あっという間に世界の舞台上がっていきことなりました。その後も富国強兵を続け、40年後には世界を相手に戦争をして45年に終戦を迎えました。それから40年間で立ち直り、85年の日本のGDPは世界の約2割を占めました。それは、フランス・ドイツ・イギリスを合わせた額に匹敵しました。世界のベスト20に日本企業が15社入り、トップ5社は全て日本企業でした。その後、バブルの崩壊で奈落の底に落とされ、現在に至ります。

それから40年経ちました。今から40年後の日本が浮上しているのか落ち込んだままなのか。その見極めが今だと思えます。良い方向に持っていくのは、われわれの思いと行動しかありません。このビッグチャンス、もしかしたらビッグクライシスかも知れませんが、それを乗り越えて、3度目の復活を実現させる。それが、われわれの使命ではないかと思えます。中食産業は、その一端をぜひ担っ

来賓祝辞



農林水産副大臣
武村 展英 氏

環境調和のとれた 食料システムの確立を目指す

円安の長期化などで原材料価格・人件費・物流費などの高騰に直面されて、食料や生産資材の多くを輸入に依存するわが国における食を巡る経営環境は、さまざまな課題を抱えています。

こうした状況下、国会では食料農業農村基本法の一部改正で食料安全保障の確保、また環境調和の取れた食料システムの確立などを目指しています。食の安全を実現し、食料安全保障を確保していくために、生産から消費に至る食料システ

ていきたい。今日お集まりの皆さまからもご支援をいただき、明るい日本を迎えられたらと思います。

ム全体の持続性を確保する必要があり、消費者の理解を前提に各段階での価格転嫁を図っていくことが極めて重要です。このため、昨年8月から貴協会にもご参加いただき、食料システムの関係者が一堂に集まる協議会で議論を行い、合理的な費用が考慮される仕組みの構築について検討を進めています。

今後も共働き世帯の増加や少子高齢化の加速が想定される中、わが国の食卓を支える貴協会の役割の重要性は、これからますます高まってくることとなります。農林水産省といたしましても、皆さまと連携を強化させて、わが国の食料産業食文化の振興に尽力してまいります。



内閣官房長官
林 芳正 氏

惣菜の多様化で 家庭の食卓が豊かに

日本惣菜協会の皆さまが最前線で大きな貢献をされていますこと、とても嬉しく思っています。お惣菜ですから、物心ついたときからお世話になっているわけですが、お惣菜がどんどんおいしく多様化することで、家庭の食卓がますます豊かになってきています。一大産業になり

ました。輸出もしているというところが、日本惣菜協会の素晴らしさであり、ひいては日本の食の素晴らしさだろうと思っています。

そして、最も素晴らしいのは、日々の物を作ろうと皆さまが切磋琢磨されていらっしゃる。こうした活気のある団体には、会員さんがどんどん入会されていますね。新たな仲間も加えて強みをさらに發揮していただくことを祈念しています。政府もしっかりお手伝いしていきたいと思えます。



経済産業大臣
齋藤 健 氏

日本経済に潮目 の変化が来ている

貴協会には惣菜盛り付けロボットの開発をしていただいています。これは、かなり高度な技術ですが、実現したら一番労働集約的ところが改善されるので、経済産業省は一生懸命取り組みたいと思っています。

平井会長の40年ごとに歴史が繰り返されるというお話で、ふと思ひ浮かんだことがあります。85年頃、私は経済産業省におりまして、その頃の日本の半導体は世界シェア50%を占め、半

導体王国でした。その後、どんどんその地位は低下しましたが、まさにこの数年、半導体王国日本の復活を目指して経済産業省は取り組んでいます。皆さんご存じのように、熊本に台湾のTSMCを誘致するために第一工場4760億円、第二工場7360億円と、政府はかつてない支援を注入しています。さらに、北海道では半導体メーカーのラピダスに5兆円を投資して、世界最先端の半導体を日本の手で作り販売することにチャレンジします。

この春の賃金は5%を上回る上昇です。国内投資も500兆円を超えたということ、日本経済に潮目の変化が来ているのではないかと。この変化を確かなものにするために、物価が上がり、投資も増え、賃金も上がる。そういう好循環をなんとしてもこの期に作りたと思っています。また、人口減少は惣菜産業の大変な問題です。政府でもいろいろと議論をしながら、この課題を乗り越えていくということがこれからはたくさん出てくると思っています。一緒に乗り越えていきましょう。



乾杯の発声で会場は和やかな懇親に



参議院議員
中田 宏 氏

次の環境問題は 生物多様性とプラスチック

これから先、働き方改革と言えればいほど惣菜が大事になってきますが、人手不足の中で製造業に従事する人材をどうやって確保していくのか、ということが重要になります。育成就労でありますとか、特定技能も含めて課題の解決を図っていくかなければなりません。併せてロボットの話も当然ですが、どうやって生産性を上げて惣菜を提供していくのかという課題があります。

私は環境分野で自民党の部会長をさせていただいております。これから温室効果ガス、気候変動の次の環境の課題になるのは生物多様性とプラスチックの二つです。プラスチック削減の国際枠組み条約は年内にできるということになっています。生物多様性も、これから先、化学物質をどれだけ使えるのかというような話にもなってきます。ぜひ皆さんとのご縁に対し、応援団として尽力をさせていただきますと思います。皆さんのご発展を心よりご祈念申し上げます。

2024年度役員一覧

協会役職	会社名	会社役職	氏名
会長	(株)ヒライ	代表取締役社長	平井 浩一郎
副会長	(株)フルックス	代表取締役社長	黒田 久一
副会長	だるま食品(株)	代表取締役社長	上西 宣行
副会長	(株)マルハ物産	代表取締役会長	林 香与子
副会長	(株)ミノカン	代表取締役会長	酒井 益幸
副会長	(株)セイブ	代表取締役社長	田中 憲治
副会長	(株)今里食品	代表取締役社長	今里 有利
副会長	(株)ハークスレイ	代表取締役会長兼社長	青木 達也
副会長	(株)デリモ	代表取締役社長	栗田 美和子
理事	(株)三和製玉	代表取締役社長	松永 豊
理事	イケウチ(株)	代表取締役社長	池内 孝輔
理事	(株)ヤマザキ	代表取締役社長	山崎 朝彦
理事	(株)仙水フーズ	顧問	千葉 祐之
理事	(株)フレッセイ	代表取締役社長	早川 仁
理事	(株)魚宗フーズ	代表取締役社長	山本 雅史
理事	(株)後藤食品	代表取締役	後藤 金成
理事	(株)デリカサイト	代表取締役	堀 富則
理事	(株)富士物産	代表取締役社長	トウサック 路子
理事	わらべや日洋食品(株)	代表取締役社長	棚本 実
常勤理事	(一社)日本惣菜協会	専務理事	清水 誠三
常勤理事	(一社)日本惣菜協会	常務理事	大隅 和昭
監事	セントラル法律事務所	弁護士	早野 貴文
監事	税理士法人 ウィズ	税理士	橋本 秀明

理事の大友啓行(わらべや日洋ホールディングス株)は退任いたしました。



【新たな役員】
 ◎新副会長 青木達也氏
 ◎新副会長 栗田美和子氏
 ◎新理事 棚本実氏



(株)ニチレイフーズ
代表取締役社長

竹永 雅彦 氏

業界代表あいさつ

目指すは手がかからず、健康的でおいしい商品

最新の惣菜白書によると、市場は年率5%の成長で、市場規模は11兆円目前まで拡大しているとのこと。惣菜は、食の

外部化のトップランナーとして大きな役割を担っており、今後ますます成長が期待されます。また、昨今ではインバウンド需要も活況です。日本の文化の象徴である弁当は、外国人にもそのまま通じる言語となりつつあり、将来的には惣菜売場が日本の文化を発信するプラットフォームとしての役割も担っていきけるのではないかと考えています。

一方で、足元では激しい環境変化が起きています。急激な為替変動や、原材料価格の高騰、慢性的な人手不足など、食品業界には逆風が吹いています。日本惣菜協会は、人手不足に対しては各省庁と連携し、AIやロボット技術の活用を開発し、教育プログラムによる人材育成や外国人の方の活用など、多方面にわたつ

2024年1月以降のご入会企業

正会員	(株)富岡食品
	(株)あらき
	(株)天神屋
	(株)めん食
	(株)松栄軒
	(株)一ツ葉フーズ
賛助会員	(株)Closer
	Guidable(株)
	(株)キラックス
	(株)総合キャリアオプション
	オリエンタル酵母工業(株)
	HRソリューションズ(株)
	ホシザキ東北(株)
	(株)ミールセレクト
	ユーザックシステム(株)
	(株)フジテックス
	北沢産業(株)
白鶴酒造(株)	
(株)リサーチ・アンド・イノベーション	
(株)タイミー	
協力会員	CIC(協組)
	(協組)朝日

※入会日順



(株)富岡食品
代表取締役社長

富岡 宏臣 氏

新入会員代表あいさつ

ご尽力されています。中でも惣菜管理士の資格は、食品の安全安心に関する知識などを学ぶことができ、食品に携わるすべての人に有用で、有資格者数は3万人を超えていると聞いています。私どもニチレイグループにおきましては、目指すは手がかからず、健康的でおいしい商品です。皆さま方には、どうか引き続き変わらぬご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

活気ある協会で精進していく
 埼玉県深谷市で大豆加工品の製造販売を行っています。活気ある惣菜協会に入

会できたことを本当にうれしく思っています。当社も皆さま同様に、人手不足や原料高騰など多くの経営課題に直面しています。皆さまにいろいろと学ばせていただき、自己成長・企業成長につなげ、協会に貢献できるように精進してまいります。ご指導ご鞭撻をどうぞよろしくお願いたします。



24年1月以降の新入会員が紹介された

2024年度（一社）日本惣菜協会 活動方針

多年度にわたる新型コロナウイルス感染症が5類となり、惣菜市場も2019年比で106.4%と、市場は完全に回復している。しかしながら、歴史的な円安に物価高騰の中、慢性的な労働力不足など山積する業界課題に対して、多面的な施策にて乗り切るため、次の活動方針で24年度の協会活動を実施する。

1 労働人口減少と生産性・収益率向上

惣菜を含む食品産業の中でも、製造業は特に労働集約型であり、高齢者や外国人を多く雇用しながらも人材確保に苦慮しているため、Aいやロボット化を推進してきた。23年度においては、試験的に省人化製造ラインを構築できたことから、24年度はロボットシステムの改善をしつつ、導入に向けての横展開を実施する。

- 惣菜盛付け機のさらなる改良と横展開
- 容器供給および蓋閉め機の機能向上と横展開
- 安価なトップシール機の開発
- ロボット環境に関わる取り組みを推進

（クレートを統一し、自動搬送装置の導入など）

2 サプライチェーンの共通課題

サプライチェーンの中には競争領域と協調領域がある中で、協調領域として、商品カルテ（規格書）のフォーマットやデータの一元化管理の業界統一化と、流通用番重（クレート）のサイズ統一化による、生産性の効率化や流通の効率化が期待できる。しかし、統一化については、小売業の理解とシステムの相関性が重要課題であり、行政を中心に各関係団体の協力が不可欠となってくることから、協会にて専門性をもった方々による検討委員会を設置し、実現化に向けて取り組む。

3 労働力不足解消の外国人材政策

23年には「育成就労」に関する原案が策定され、24年には法令化となる予定の「育成就労」と、今後廃止に向かう「技能実習制度」との違いや、不都合を理解し、会員各位に、有効に制度を活用していただくための情報収集と発信を行っていく。

また、（一社）外国人食品産業技能評価機構からの要請もあり、引き続き「特定技能1・2号」のテキストや試験問題策定について取り組む。

4 人材育成・教育事業のさらなる強化と日本デリアカデミー運営

23年度において、一級惣菜管理士取得者のさらなる研鑽の場を提供するために「日本デリアカデミー」を創設した。24年度は引き続き以下の取り組みにより、人材育成及び教育事業のさらなる強化を図る。

- 生産管理・品質管理部会の実施
- マーケティング部会の公開講座実施
- 情報交流オンラインサロン「IRODORI TERRACE（彩りテラス）」の運営・推進

5 SDGsへの業界対応に向けて

17項目の内、次の3項目において普及啓発を実施。

- 全ての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進しよう
- 維持可能な形で産業を発展させ、イノベーションを推進しよう
- 持続可能な方法で生産し、消費する取り組みを進めていこう

一級惣菜管理士活躍のための日本デリアカデミー

原則、惣菜管理士一級資格取得者を対象にした組織で、業界有識者の援助を得て、惣菜の調査研究、相互啓発、人材育成につながる活動に取り組めます。より深く高度な学びの場の提供や資格者同士の交流を活性化させることで、惣菜管理士資格の地位向上とともに、業界全体の人材育成を目指していきます。



勉強会 生産管理・品質管理部会

工場・生産部門
品質管理部門
企画人材の成長・活躍を支援

生産管理に必要な技術や知識の実践に効果的な思考法やプロセスを事例とグループ討議にて学ぶ

セミナー マーケティング部会

営業、開発
企画人材の成長・活躍を支援

商品開発マーケティングに関わる情報をセミナー形式にて学ぶ

情報交流 オンラインサロン IRODORI TERRACE ～彩りテラス～

開発担当者、商品企画者、営業バイヤー等の情報交流を支援
女性開発者の支援

惣菜に関する新しい情報や各社の実際の取り組み・悩み等情報共有・交流できる場所

2024年度 優良社員表彰

日本惣菜協会は、2024年度の優良社員表彰にて、企業や業界発展への功績を讃え、特別功績者2人・功績者36人・永年勤続者79人の計177人を表彰した。5月22日の定時総会では表彰式を開催し、表彰状を授与した。ここに受賞者を紹介する。



わらべや日洋食品(株)
寺田 明生



株今里食品
池田 幸一



株今里食品
富士原 靖浩



株今里食品
勝川 将孝



株今里食品
池田 俊佑



株クリハラ
田口 英一



株クリハラ
柿沼 美紀



株カネハツ食品
浦野 晋



株魚宗フーズ
江美 伸一



株ジャンボリア
小林 義明



株ジャンボリア
黒瀬 遼平



株四国医療サービス
田中 智士



株四国医療サービス
烏谷 亮介



株クリハラ
八木本 幹彦



株テリモ
村上 孝子



株テリモ
齋藤 圭一郎



株テリカサイト
継原 修一



株テリカサイト
市川 佳昌



株ジャンボリア
Mai Thi Tuyet



株弁釜
宮崎 拓也



株弁釜
白井 公則



株弁釜
阿部 純次



株仲野水産
鈴木 茜



株テリモ
山田 松子



(株)マルハ物産
播磨 利恵



(株)マルハ物産
楠原 正信



(株)マルハ物産
川人 英夫



松田食品工業(株)
四ヶ谷 圭太



松田食品工業(株)
琴浦 雅貴



(株)ヤマザキフルーツ
久保田 淳一



(株)ヤマザキ
米山 剛



(株)ヤマザキ
後藤 潤



(株)ヤマザキ
磯部 文彦



(株)ミノヤランチサービス
土屋 亮輔



(株)味の大和路
寺谷 典子



わらべや日洋食品(株)
渡邊 将人



わらべや日洋食品(株)
松浦 栄人



わらべや日洋食品(株)
杉江 政紀



沖食スイハン(株)
大城 健三



沖食スイハン(株)
上原 久代



沖食スイハン(株)
上原 千秋



沖食スイハン(株)
家田 あずさ



(株)味の大和路
山本 喜代子



沖食スイハン(株)
仲本 宗史



沖食スイハン(株)
田場 勉



沖食スイハン(株)
新里 宗之



沖食スイハン(株)
新里 玉江



沖食スイハン(株)
島袋 満



カネハツ食品(株)
福岡 伸一



カネハツ食品(株)
早川 清人



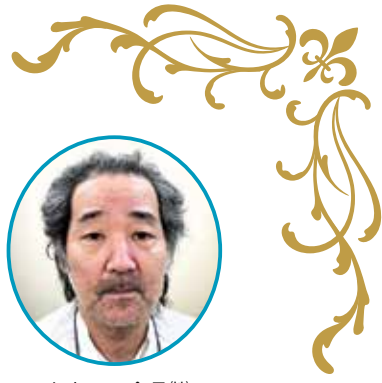
カネハツ食品(株)
角野 靖



沖食スイハン(株)
宮城 悦子



沖食スイハン(株)
摩文仁 敦子



サトウ産業(株)
樋口 千恵子



サトウ産業(株)
富永 美根子



サトウ産業(株)
種村 匡子



サトウ産業(株)
木村 愛



カネハツ食品(株)
渡邊 圭三



株J R東日本クロスステーションアースカンパニー
篁谷 幸司



株J R東日本クロスステーションアースカンパニー
井上 悦子



サトウ産業(株)
渡邊 稔晶



サトウ産業(株)
星 敏郎



サトウ産業(株)
古谷 多美子



(株)ジャンボリア
照山 高志



(株)ジャンボリア
高野 秀樹



(株)ジャンボリア
伊藤 信夫



株J R東日本クロスステーションアースカンパニー
吉田 敦子



株J R東日本クロスステーションアースカンパニー
神 富子



(株)デリカサイト
廣江 あけみ



(株)デリカサイト
夏目 正兒



(株)デリカサイト
高橋 三保子



(株)デリカサイト
新藏 久子



(株)デリカサイト
足立 晶代



(株)ノムラフーズ
上田 泰示



デリシャス・クック(株)
田邊 公男



デリシャス・クック(株)
大高 勉



デリシャス・クック(株)
大鋸 美子



デリシャス・クック(株)
飯島 恵美子



(株)ヒライ
桑崎 千春



(株)ヒライ
藏原 宏之



(株)ヒライ
井上 理恵



(株)ノムラフーズ
吉田 吉一



(株)ノムラフーズ
清水 愛子





(株)フルックス
中垣 香代子



(株)フルックス
徳田 美朝



(株)フルックス
池島 真紀



(株)ヒライ
鎗水 祐子



(株)ヒライ
森田 貴美雄



(株)まつおか
村山 勇一



(株)まつおか
高橋 正継



(株)まつおか
大石 あずさ



(株)まつおか
荒川 茂也



(株)フルックス
三橋 佳代子



(株)ミノヤランチサービス
榎原 学



(株)みすずコーポレーション
渡邊 聡



(株)みすずコーポレーション
山浦 八重子



マルコーフーズ(株)
清水 要人



マルコーフーズ(株)
久野 貢



(株)ヤマザキ
川上 哲也



(株)ミノヤランチサービス
渡邊 太一郎



(株)ミノヤランチサービス
松原 浩美



(株)ミノヤランチサービス
橋本 孝子



(株)ミノヤランチサービス
中西 啓介



(株)ユニデリ
鈴木 知里



(株)ユニデリ
清川 艶子



(株)ヤマザキ
藪崎 早由利



(株)ヤマザキ
蒔山 英樹



(株)ヤマザキ
佐藤 裕久



わらべや日洋食品(株)
矢嶋 剛士



わらべや日洋食品(株)
千葉 晃



わらべや日洋食品(株)
高山 健



(株)ユニフーズ
藤嶋 義之

〈永年勤続者〉
沖食スイハン(株) 坂元美代子
(株)デリカスイト 安藤アサ子
(株)デリカスイト 大角 秀子
デリシャス・クック(株) 池田 高子



第46回定時総会開催

平井浩一郎会長統投を決める

5月22日、東京會館で第46回2024年度定時総会を開催した。

冒頭、来賓として参加した農林水産省大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課長五十嵐麻衣子氏からご祝辞を頂いた。

当日の出席88社、委任状提出219社、合計307社となり、定款第17条の規定による総会の定足数を満たし、総会が成立した。議長は(株)セイブ代表取締役社長田中憲治氏が務め、「23年度事業報告に関する件」「24年度決算報告に関する件」「24年度役員改選に関する件」「24年度役員報酬の総額に関する件」について採決が行われ、すべての議事が議案通り承認された。

今回は役員改選期となり、定時総会および、その後に開催した理事会において、会長には、(株)ヒライ代表取締役社長平井浩一郎氏を再任した。また、新たに(株)ハークスレイ代表取締役会長兼社長青木達也氏と(株)デリモ代表取締役



定時総会

社長 栗田美和子氏が副会長に就任、わらべや日洋食品(株)代表取締役社長 榎本実氏が理事に就任した。(役員一覧は10頁に掲載)

優良社員表彰式開催

5月22日、東京會館で第46回2024年度定時総会開催に併せて、優良社員表彰式を開催した。

優良社員表彰は、会員企業(正会員)において長年にわたり勤務した方や、功績をおさめた方などを表彰するもので、平成5年に始まり今回で31回目となる。

今年度の優良社員表彰では、特別功績者2名、功績者36名、永年勤続者79名が受賞した。当日参加の受賞者には、平井会長より一人一人に賞状が授与された。最後に受賞者を代表して、(株)今里食品池田幸一氏が代表者謝辞を述べた。

受賞者の推薦基準

特別功績者表彰	功績者表彰	永年勤続者表彰
	勤続5年以上	勤続15年以上
過去に功績者表彰を受けたうち、功績が極めて顕著な者	協会が定める【功績基準】の功績が顕著な者	勤務成績が優れて他の社員となる模範となる者

理事会・常任理事会を開催

4月26日、協会会議室で、2024年度第1回常任理事会および第1回理事会を開催した。

ご来賓の農林水産省大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課長五十

嵐麻衣子氏より、「小林製菓の紅麴を使った機能性表示食品の問題」や「特定技能制度の見直し等」についての動向や、「価格転嫁・取引適正化対策に関する今後の取組方針」について情報提供いただいた。

続く議事では、定時総会決議事項を中心に審議が行われ、一部修正を加え原案通り承認された。会員加入申請においては、4社の入会について審議・承認された。理事会終了後には、妹川行政書士事務所妹川光敏氏による育成就業に関する講話を受講した。

妹川氏には、今年度の各支部における支部セミナー講師をお願いしています。是非セミナーにご参加いただき、育成就業に関する情報収集にご活用ください。詳細が決まり次第、ご担当者各位へのメール、および日本惣菜協会のホームページでご案内いたします。

明日の惣菜を語る会

(株)フルックス・(株)今里食品を訪問

明日の惣菜を語る会(部会長 二サトウ産業(株)佐藤昭二社長)は4月18〜19日奈良県の(株)フルックスと兵庫県の(株)今里食品を訪問し、勉強会および工場視察を行った。

今回は、「10年後のあるべき姿を実現するための課題、方策」をテーマとして開催し、17名が参加した。「10年後のビ



講演の様子(フルックス)

ジョン」を達成するための具体的な施策や課題についてGROWモデル(フレームワーク)を用いて自発的に考えて、それぞれ発

表することで、参加者同士の気付きや意識の醸成、モチベーションの向上につながった。さらに、明日の惣菜を語る会のOBであり、第一線の経営者である(株)フルックスの黒田社長、(株)今里食品の今里社長から、事業運営や経営者としての胆力や視座のヒントをお話いただき、大きな学びとなった。

新部会長 酒井幸太郎氏選出

5月22日、24年度明日の惣菜を語る会オリエンテーションを開催した。

これまで2期(4年)にわたり部会長を務めたサトウ産業(株)代表取締役社長佐藤昭二氏が退任し、後任に(株)ミノカン代表取締役社長 酒井幸太郎氏が新部会長に選出された。併せて次の副部会長・実行委員が選出された。

部会長		副部会長		実行委員	
(株)ミノカン代表取締役社長	酒井幸太郎	(株)クリハラ代表取締役社長	岩淵真知子	(株)フルックス東海カンパニー代表取締役社長	黒田 大
(株)エスエムアイ代表取締役	小嶺 文岳	(株)エスエムアイ代表取締役	小嶺 文岳	(株)フルックス東海カンパニー代表取締役	塚田 晃大
(株)エスエムアイ代表取締役	小嶺 文岳	(株)エスエムアイ代表取締役	小嶺 文岳	(株)フルックス東海カンパニー代表取締役	塚田 晃大

調理麺部会

5月23日、東京都千代田の会議室で24年度第1回調理麺部会を開催した。事務局含めて18名が参加した。

勉強会として、(株)リサーチ・アンド・イノベーションの小峰大地氏が「調理麺を中心としたデータマーケティング」についてのプレゼンテーションを、妹川行政書士事務所妹川光敏氏が「在留資格法改正の動向と企業の対策」をテーマに講演した。その後に行われた懇親会でも



妹川光敏氏が講演

意見交換が活発に行われ、充実した情報交換の場となった。

九州支部沖縄分会 工場視察・セミナー

4月22日、九州支部の沖縄分会として、工場視察・セミナー・懇親会を開催し、約30名が参加した。

工場視察では、沖縄流通のリーディングカンパニーであり、2006年にISO22000を習得した(株)サンエーの炊飯・惣菜工場を訪問。調味料・仕掛加工品・キットなど200以上のアイテムの構成と、生産の様子を見学した。

続くセミナーでは『商品開発と品質管理の関わり』と題して、イトーヨーカ

ドーの店長・惣菜部長・品質管理部長や成城石井の品質管理室長を務めた日本惣菜協会の山田祥男アドバイザーが、売れ続ける商品開発のポイントなどについて講演した。

セミナー終了後には懇親会も行い、会員同士の情報交換の場として大いに盛り上がった。



サンエー工場視察の事業内容説明



懇親会では活発な交流が行われた

九州支部セミナー

5月15日、マリンメッセ福岡にて開催された西日本食品産業創造展で、九州支部会議・九州支部セミナー・懇親会を開催した。はじめに行われた九州支部会議では、主に九州エリアの会員企業にお集まりいただき、惣菜盛付ロボット化推進事業の進捗状況や九州支部活動などについて報告を行った。

セミナーでは、日本惣菜協会の山田祥男アドバイザーが「商品開発と品質管理の関わり」について講演した。当日は当協会会員の方や展示会参加者の方など約100名が聴講し、大変盛況な会となった。

セミナー終了後には博多駅前「頤和

園」において懇親会を行い、約50名が参加した。懇親会には講師の山田アドバイザーや新入会員も参加し、自社紹介の後、会員同士の活発な情報交換の場となった。また、西日本食品産業創造展では「日本惣菜協会九州支部コーナー」を設け、協会と会員企業が出展した。



オープニングケーキカット



九州支部コーナーの様子

「令和6年能登半島地震」義援金の報告

本年元日に発生しました「令和6年能登半島地震」につきまして、2月14日～4月30日の間、義援金を募り、石川県が指定する「石川県令和6年能登半島地震災害義援金」口座へ3,085,000円の振込を行いましたのでご報告いたします。

会員企業からの義援金	22社	計2,480,000円
2024年賀詞交歓会から	605名分	計605,000円
(賀詞交歓会の有償参加費10,000円のうち1,000円)		
合計		3,085,000円

事務局便り

- 4月 26日 常任理事会・理事会
- 5月 15日 九州支部会議・セミナー・懇親会
- 5月15～17日 西日本食品産業創造展出展
- 5月 22日 第46回定時総会
- 5月 22日 明日の惣菜を語る会
- 5月 23日 調理麺部会
- 5月 28日 日本デリアカデミー 生産管理・品質管理部会 2024年度 第1講
- 6月 1日 2024年版 惣菜白書発刊
- 6月 12日 関東支部セミナー・懇親会

- 6月 21日 北陸支部セミナー・懇親会

今後の予定

- 7月 4日 北海道支部セミナー・懇親会
- 7月 9日 日本デリアカデミー マーケティング部会 2024年度 第1回セミナー
- 7月 16日 日本デリアカデミー 生産管理・品質管理部会 2024年度 第2講
- 7月 18日 東海支部セミナー・懇親会
- 7月24～25日 ファベックス中部出展
- 7月 25日 常任理事会・理事会

惣菜管理士養成研修のテキストを執筆している諸先生方に、専門分野の最新情報や注目の話題を惣菜管理士資格取得者以外の方々にもわかりやすく砕いた内容でご執筆いただいた。



安田 和男

Yasuda Kazuo

一般財団法人東京顕微鏡院 食と環境の科学センター 理事。農学博士。東京薬科大学薬学部卒。東京都立衛生研究所（現東京都健康安全研究センター）食品研究科長、食品化学部長を経て、2008年東京顕微鏡院に入職。専門は食品衛生化学。食品中の残留化学物質、天然物質、有害物質の分析、研究に取り組んできた。

惣菜管理士養成研修のテキストを執筆している諸先生方に、専門分野の最新情報や注目の話題を惣菜管理士資格取得者以外の方々にもわかりやすく砕いた内容でご執筆いただいた。

登録検査機関における食品検査とその信頼性確保

登録検査機関における検査

食品は人の生命や健康の維持・増進に深く関与するため、安全性や品質の確保された食品の供給は重要です。

そこで、国は食品等による国民の健康危害を防ぐために、関連法令や行政組織を整備し、地方自治体とともに製造所、倉庫、小売店などの監視、指導、検査を行ってしています。一方、登録検査機関は検査能力や公正性、中立性を備えることで厚生労働大臣の登録を受け、行政検査の代行機関として食品検査業務を担っています。近年の輸入食品検査における登録検査機関の検査割合は、70%を超えています（表）。

登録検査機関の主な登録要件として、検査の種類ごとに機械器具等の設備を有し、知識経験を有する者が実施すること、検査を行う部門に製品検査の種類ごとに専任の管理者を置くこと、検査業務の管理および精度の確保を行う専任の部門を置くことなどが定められ、国により業務状況や書類等の検査も受けています。

検査は対象物質により3つに分類できます。①規格基準のある物質の検査（使用基準、残留基準、成分規格などのあるもの）

②健康影響が懸念される物質の検査（アレルギー物質、異物、アクリルアミド、トランス脂肪酸、重金属、放射性物質、貝毒など）③衛生管理のための検査（店舗や工場などの食品製造現場、手洗い設備、作業場従業員などの衛生検査）

食品等の検査の特徴として、試験品の種類や形態が多様であること、高感度の分析機器が必要なこと、検査対象物質と食品構成成分との分離が難しいなどの点があります。そのため、対象物質の検出・同定は熟達した技術者により選択性、再現性のある試験法を用いて行われます。多くの物質を迅速に検査するために、公定法の使用のほか、一斉分析法、系統的分析法などの開発を行い、ガスクロマトグラフ（GC）、高速液体クロマトグラフ（LC）、高周波誘導結合プラズマ発光分光分析装置（ICP）や質量分析計（MS）を付属させたGC/MS/MS、LC/MS/MSやPCR装置などの高精度な分析機器を用いて、分析、解析を行っています。

検査の信頼性確保

検査による分析値や判定結果は、食品

に関わる衛生管理や品質管理が適切に実施されているか否かの判断における科学的バックボーンとなります。

登録検査機関は分析値の信頼性を確保するため、厚生労働省により適正な検査の基準であるGLP（Good Laboratory Practice）システムの導入が定められています。そこで、試験品の取り扱い、検査方法の選択、結果の解析、記録の保管、精度管理の実施、検査員の教育研修などを適正に行い、業務の管理に努めています。また、国内外の外部精度管理への参加、内部精度管理や妥当性が確認された試験法の実施により、自らの検査技術のレベルアップを図り、検査の公正性、信頼性を確保しています。

さらに多くの検査機関は、試験・検査機関の試験能力を保証する国際標準規格であるISO/IEC 17025（試験所及び校正機関の能力に関する一般要求事項）を取得して、品質マネジメントおよび検査技能の適合性を維持しています。

登録検査機関は、食品等の安全性や健全性を検査により証明するという責務を担って、これからも信頼性の高い検査業務を遂行することが使命であると考えています。

輸入食品検査における登録検査機関の検査割合

年度	輸入届出件数	検査総数	登録検査機関検査数	登録検査機関検査数／検査総数 (%)
2018年	2,482,623件	206,594件	153,833件	74%
2019年	2,544,674件	217,216件	168,799件	78%
2020年	2,352,082件	200,876件	166,100件	83%
2021年	2,455,182件	204,240件	164,241件	80%
2022年	2,400,309件	202,671件	155,535件	77%

（厚生労働省 輸入食品監視統計より作表）



セブン&アイの力を結集した「ピースデリ千葉キッチン」稼働開始 グループで「食」を強化

(株)TFMIカンパニー 代表 「惣菜・デリ通信」編集長 伊東 裕雄 Ito Hiroo

製造小売強化の動きが各社活発化しているが、復活に向けて、セブン&アイグループのイトーヨーカドーもその動きを加速させている。

セブン&アイグループのPC戦略がスタート

セブン&アイ・ホールディングスとイトーヨーカ堂の子会社である「Peace Deli」（ピースデリ、代表取締役社長：和瀬田純子）はグループ食品戦略推進のために、イトーヨーカドーの首都圏約200店舗に向けた商品供給拠点、セントラルキッチン「ピースデリ千葉キッチン（千葉市緑区誉田町2-28-10）」の稼働を2024年2月27日より開始した。延べ床面積は約6,341坪。供給商品は、惣菜（ポテトサラダ、肉じゃがなど、15万パック/日）、精肉（豚鳥、たれ付き肉など5万パック/日、ミールキット各種）を予定しており、3拠点目の工場となる。

イトーヨーカドーの首都圏における中食事業強化策とグループシナジー

イトーヨーカ堂の山本哲也社長は、「スーパーストア事業の構造改革は、食と首都圏にフォーカスしている。中食市場は伸長しており、惣菜商品は店を選択する基準。惣菜供給で、一番の武器になるのがインフラの整備。ピースデリという共通のインフラ活用で、オリジナル商品を開発し、現在の食品内の惣菜売上構成比13%を15%に引き上げる。ピースデリからの惣菜商品は、惣菜売場全体の20%を目指す」と述べた。

セブン&アイHD常務執行役員の石橋誠一郎スーパーストア（SST）事業統括は、「グループの一番の強みは、

マーチャンダイジング。ヨークベニマルの50年にわたるノウハウも活用・導入しヨークベニマルと同じ設備も採用し、新たなインフラを構築すると共に、生産性を向上させ、コスト削減を図り、新製品をどんどん発売できる体制にする。さらに、日本デリカフーズ協同組合（NDF）にピースデリも加盟するなどにより、グループを挙げてピースデリをサポートしていく」と語った。

食のSPA化推進を目指す

「ピースデリ千葉キッチン」稼働により、店内調理の長所を守りつつ、店内加工機能の一部をセンター化することで店舗オペレーションにおける生産性向上と同時に、季節に合わせたタイムリーな惣菜の商品開発を可能とし、素材本来のおいしさを最大限に引き出したこだわりの商品開発を目指し、「食のSPA[※]化」を推進していく方針である。

さらに環境面を配慮した取り組みとして、工場で使用する電力の約30%を工場屋根に設置した太陽光発電システムから調達することでCO²を約500t/年を削減する計画。工場内で発生した食品残渣はコンポストで堆肥化し、再利用するスキームを導入。またコンプレッサーから出る排熱を回収し、熱源として利用する事でCO²を約4t/年を削減する効果も見込んでいる。

この新たな生産拠点が、減価償却費負担や労働集約事業の課題である人時生産性を改善し、いかに早期に事業黒字化が出来るか、さらに「コストセンター」でなく「プロフィットセンター」になれるかなどの製造小売としての成果を、今後注視する事が必要であるう。



左からピースデリ和瀬田社長、イトーヨーカ堂日本社長、セブン&アイ石橋常務。



ピースデリ千葉キッチン ポテトふかし器設備
1階の惣菜製造のセントラルキッチンでは、野菜を丸のまま入荷、洗浄・カットする。



メンチ・コロケライン
2階の精肉加工のプロセスセンターは、豚肉・鶏肉などを5℃管理下で製造。グループとして初めての惣菜と精肉が一体化した工場、弁当等の商品開発を進めていく。たれの内製化も進め、活用した商品化も進める。

※SPA=生産、販売までの機能を垂直統合したビジネスモデル。

伊東 裕雄 1981年慶應義塾大学卒。日清製粉㈱入社後、日清フーズ㈱(現㈱日清製粉ウェルナ) 関東・広域・業務用営業部長を担当。2000年以降、日清製粉グループの中食惣菜事業立ち上げ担当。12年トオカツフーズ㈱取締役(15年同社取締役副社長)、18年日清フーズ㈱常務取締役中食惣菜事業部長、19年イニシオフーズ㈱取締役社長を経て、23年㈱TFMIカンパニーを設立。中食惣菜業界の産業化を目指し、携わる方々の幸せ、地域原料・惣菜メーカー・スーパー製造小売の発展に向けて、支援活動まっしぐら。



(株)福島食品

時代の変化に適応した業務を遂行 地域社会に貢献できる会社を目指す

(株)福島食品は企業発足当時と比べ、多様な価値観で食品への期待・要望が強まる現在、一次産業・二次産業により深く関わり、安全・安心はもちろんのこと、食へることに幸福を感じられる食材を提供できるように日々努力している。また、「企業として時代の変化に適応した業務を遂行し、「食」を通して地域社会に貢献できる会社を目指している。



営業部企画
CRS推進室
吉田 彩有里 氏

Q SDGsへの取り組みのきっかけは何ですか。

吉田 17年に毛呂山町社会福祉協議会さまのお声かけにより地元の毛呂山町に2つの子ども食堂の支援がスタートしました。食に関する企業なので、月1回ではありますが食材提供を始めました。福島一徳社長の「食に関わる会社なので社会貢献として取り組みたい」という想いがありました。

Q 具体的に、SDGsにはどのような取り組みをしていますか。

吉田 埼玉県のSDGs推進に自ら取り組むとともに、その実施内容を公表する県内企業・団体などを県が登録する「埼玉県SDGsパートナー」に加入し、「環境」「社会」「経済」の3つの観点に目標を定めています。

【環境】食品ロス（廃棄量削減）、脱炭素社会の実現（ガソリン車からEV車に）、再生可能エネルギーの利用です。

食品ロス削減では、この2年で30%削減できました。今年の活動は、EVトラックを試験的に一台購入。屋上に太陽光パネル設置、蓄電機利用の検討です。

当社は冷蔵庫・冷凍庫が必須で、災害時に自家発電で商品ロスを生まないよう

に考えています。

【社会】子ども食堂、フードパントリーに食材提供をしています。他に地元の小学校に写真ニュースの年間協賛、同中学校に紅白の垂れ幕を寄付。また、週一回、小学生・中学生を対象に子ども塾を開講。受講生には地域一番の進学校に入学した生徒も出ました。また、学校に馴染めない子どもとの活動をしている団体と一緒に、当社の地産地消食材で家庭科実習をしながら食育活動も始まっています。

【経済】会社の利益5%を社会貢献活動に活用。23年度は、「福食祭り」開催で、地域の中学校吹奏楽部やダンスチームの発表など地域との交流を行いました。参加者は想定10倍、約3000人でした。また、障がい者雇用では人数の拡大と農業のシニア活躍推進に障がい者も一緒に働ける方法を考えたいと思っています。比企（ひき）地域の農産物は当社が全量買い上げ、開発しているPB商品は人気です。

Q 企業としてSDGsをどのように推進していますか。

吉田 昨年CSR推進室が新設され、SDGs推進担当者が増えられました。営業部長

と私の2名がその任に当たっています。

子ども支援を核として地域密着かつ継続した活動を展開しています。社員が社会貢献への意識を共有し、地域課題の解決に取り組んでいることが評価されて埼玉県の令和4年度「SAITAMA社会貢献賞」を受賞しました。この受賞は、社員の社会貢献活動への思いが高まり、地域の当社への理解が深まる機会となりました。

CSR推進室では、埼玉県SDGsパートナーで掲げている目標値の達成を第一に推進しています。社会貢献では、私どもに何ができるか地域に寄り添って課題を聞き、経済では当社の業績が伸びれば地域還元も広がるので、ここが根幹です。

SDGsは大きな枠組みですが、小さなことも拾って継続して前進していくことが大切です。CSR推進室は会社の方針を全体で共有して前進するように努めていきたいと思います。



子ども食堂



④地域清掃
④フードパントリーにて

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、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。



ガザミの塩ゆで

泉州地方でカニといえばガザミ（ワタリガニ）。シンプルな味付けでカニのうまみを丸ごと楽しめる逸品「ガザミの塩ゆで」は、身はなめらかな食感でカニミソや内子（卵巣）も美味。秋の岸和田だんじり祭りに欠かせない郷土食として、古くから親しまれている。塩ゆでが一般的だが、中華やイタリア料理など、料理の幅が広がっている。



若ごぼうの炊き込みご飯

根を食べるゴボウとは異なり、「八尾若ごぼう」は葉・軸・根のすべてを食べられる八尾の特産野菜である。豊かな香りと独特な歯ざわりが特徴で、春を告げる野菜として親しまれている。さがきした根とニンジン・油揚げを加えてだし汁・醤油・酒を加えて炊き、炊き上がったら、別途湯がいておいた軸を入れて蒸らす。

食の
ひとくちメモ

大阪には恵まれた自然があり、農産物・畜産物・林産物・水産物など豊かで多様な食材がある。こうした農林水産物とそれらを原材料として使用した加工品を「大阪産（もん）」として一体的にPRしている。

さらに大阪産（もん）名品は、お土産や贈り物にも

大阪湾は「魚庭（なにな）の海」と呼ばれるほど魚介類が豊富に揚がり、肥沃な大阪平野では多種類の野菜が作られてきた。江戸時代に全国の優れた食材が集まり、素材の豊かさが「天下の台所」を生んだ。大阪の食文化の決め手は、大阪で生まれた黄金色に輝く「だし」である。高級懐石料理から、庶民派グルメまで「だし」を大切に作る「だし文化」の地である。

「天下の台所」で発展した食文化。

発見! 郷味 [大阪]



大阪城天守閣



道頓堀



天神祭 奉納花火

じゃこごうこ

地域特産「泉州水なす」の古漬けと、大阪湾で水揚げされたジャコエビを醤油とみりんで炊いた泉州地域の郷土料理。じゃこ=ジャコエビ（小海老）、こうこ=漬物が「じゃこごうこ」の名前の由来である。エビの香り高いだし汁が水なすに染み込み、ご飯のお供やお酒のあてなどに常備菜として愛されている。



もみじの天ぷら

箕面市の伝統銘菓。1年以上塩漬けした一行寺楓（かえで）を塩抜きして形を整え、小麦粉に砂糖と白ごまを加えた衣をつけて油で揚げる。優しい甘みとカリッとした香ばしさが楽しい。約1300年前、箕面山には修験道場があり、修行僧がこの地の美しい紅葉を油で揚げて旅人に振舞ったのが始まりだという。



協力・写真提供：大阪府／観光写真提供：（公財）大阪観光局

いいもん! うまいもん! 「大阪産（もん）」と「大阪産（もん）名品」

おすすめの加工食品として菓子や惣菜、酒や調味料を含む幅広い品目の300商品以上を認証している。

大阪府は大阪産（もん）をPRするイベントを開催するほか、大阪産（もん）の魅力や仕入れに必要な情報を掲載したデータベースを構築するなど、ブランド推進に取り組んでいる。



新入会員紹介

賛助会員

(株)総合キャリアオプシオン

代表取締役 大泉 高太



〒105-5116
東京都港区浜松町2-4-1
世界貿易センタービルディング
南館16F
Tel : 03-6837-4510

労働者派遣事業・民営職業紹介事業・ 特定技能外国人支援事業など

企業とスタッフをつなぐオペショナル(任意)方式を社名に冠し、創業以来一貫して雇用機会の拡大を支援しています。人々の生活を変えるのは、新たなシステムや利便性高いモノですが、それらを作り出すのは他でもない人財です。私たちは、日本の多くの企業が、新たなビジネス領域へ挑戦しグローバル競争に打ち勝つために、コア業務に集中できるよう支援します。

賛助会員

(株)キラックス

代表取締役 吉良 伸一



〒455-8577
愛知県名古屋市中古町4-1
Tel : 052-381-0140

食品包装資材の製造および卸売商社

設立から60周年を迎えます。「人造竹皮」製造で食品包装資材メーカーとして礎を築き、産業用ラミネート資材、定温物流容器、ガラス加工、環境製品など、ビジネス領域を広げ続けています。“お客さまに満足していただける価値の追求”を信念とし、時代の変化と共に成長してきました。これからも、メーカーとしての“技術力”と各分野における“専門性の高さ”のさらなる向上を目指します。

賛助会員

Guidable(株)

代表取締役社長 田邊 政喜



〒160-0023
東京都新宿区西新宿3丁目7-30
フロンティアグラン西新宿 901
Tel : 03-6886-4008

登録者21万人の在留外国人に特化した 求人媒体Guidable Jobs

Guidableでは就労制限なく働ける外国人、永住者・定住者・配偶者ビザの方の採用ができます。永住者・定住者・配偶者ビザの方は、長年日本に住んでいるため、日本語能力も高く、日本文化の理解もされている方が多いため、初めての外国人採用でも問題なく採用が出来ます。新たな採用手法として、外国人採用を始めましょう！

賛助会員

ホシザキ東北(株)

代表取締役 古神 和也



〒981-0913
宮城県仙台市青葉区昭和町2-38
Tel : 022-728-9511

業務用厨房機器の販売および メンテナンス業務

ペンギンマークでおなじみの業務用厨房機器のトップメーカーホシザキグループの東北地区販売会社として、市場における高いシェアと大きな信頼を獲得してまいりました。東北6県に32営業所があり、地域密着の営業活動と徹底したアフターサービスで、きめ細やかなサービスを提供しています。

賛助会員

HRソリューションズ(株)

代表取締役 武井 繁



〒103-0027
東京都中央区日本橋3-10-5
オンワードパークビルディング10階
Tel : 03-3548-8711

アルバイト・パート採用・雇用支援システム、勤務シフトマッチングサービスの企画・運営、開発・販売

就労・雇用ニーズをつなぐプラットフォーム提供を通じて、個人と企業双方の「体験」を最適化します。全国42万事業所が利用する仕組みで、小売・サービス業のサプライチェーン全体で利用実績もあります。高まるシフト探しニーズに対応するため、時間・曜日のシフトで探せる求人サイト「シフトワークス」の提供も開始しました。

賛助会員

オリエンタル酵母工業(株)

取締役食品事業本部長 岩間 重徳



〒174-8505
東京都板橋区小豆沢3-6-10
Tel : 03-3968-1116

イースト・フラワーペースト・惣菜フィリング・マヨネーズなどの製造販売

1929年に日本で最初の製パン用イーストメーカーとして創立した弊社は、国産イーストのトップメーカーとして創立95年を迎え、食品とバイオという2つの事業を柱に次なる飛躍を期しています。さらに、事業を通じて培った知見と技術開発力をもとに、イーストにとどまらない多彩な食品素材を製パン・製菓、そして中食・外食といった幅広い市場へ提供しています。

わが社のイチ押し

GOOD!

貴社自慢の商品・サービスをピーアールしませんか？

【記事掲載のお問い合わせ先】

㈱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

小浅商事(株) Tel: 0120-090-836 (担当: 海苔事業部製品課 下村)

海苔が主役の調味料「ザクザク」シリーズ

小浅商事(株)は、名古屋市中村区に本社を構える、明治元年創業の老舗海苔問屋です。原料販売が中心の会社ですが、海苔の新しい食シーンを提案すべく、自社の海苔製品も販売しています。今回は、当社のイチ押し商品の“海苔が主役の調味料”を紹介します。

有明海苔のばら干し海苔を使用

今回ご紹介をさせていただく商品は「ザクザクのりラー油」「ザクザクのりオリーブオイル」です。有明海産のバラ干し海苔(海苔の原藻)をふんだんに使用し、オイル漬けにしました。海苔のピン製品は、佃煮のようなベタっとしたイメージがありますが、こちらは「なんでこんなにザクザクなの?!」と、皆さま口をそろえて驚かれるほど食感も楽しいアイテムです。かつおだしをきかせた「ザクザクのりラー油」は、ご飯はもちろん、野菜と和えてナムル風に、餃子のつけダレ、麺類のアクセントにもピッタリの一品です。野菜だしを効かせた「ザクザクのりオリーブオイル」は、お刺身に掛けてカルパッチョ風、そのまま和えてパスタソースとして、チーズにかけてお

つまみなど、いずれのアイテムもアレンジ次第で用途が広がります。海苔が主役の調味料を是非一度ご賞味ください。

ザクザクのりオリーブオイル ザクザクのりラー油



(株)キューケン Tel: 0276-61-3039 (担当: 東日本営業部 大島 慎)

食品工場に床材の製造・施工一貫体制でソリューション

㈱キューケンは、食品工場に最適な塗り床材「ピュアクリート」シリーズを中心に、イニシャルコストとランニングコスト両面でのコストダウンにつながる床材を、食品工場中心に製造から施工の一貫体制で提案・提供をしています。

当社は数多く携わった実績と経験をもとに、ファクトリーにて現場で発生した課題を分析。商品開発とさらなる改良をフィードバックし、顧客ニーズに沿った独自の床材を提案しています。

イニシャルコストとランニングコストをダウン

①最適な床材提案

食品工場の各作業室で床に要求される性能を正確に分析して提案することにより、イニシャルコストの削減を図っています。

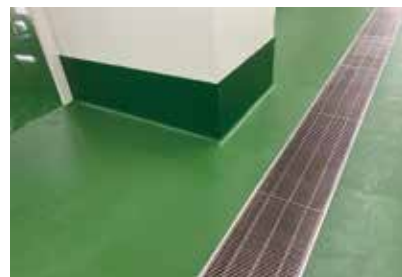
②作業員労働時間の短縮

従来のピュアクリートに比べて、清掃性に優れた「MG」「SG」「ST」を開発。各工法で床の清掃スピードを向上さ

せ、現場の労働時間を短縮してランニングコスト低減と同時に人手不足の対応をしています。

施工専門会社「ピュアクリート工業会」を組織

塗り床は、商品の床材を製造・出荷納品するだけで完成しません。現場に施工して引き渡したときが完成と言えます。当社は、全国39社で構成する施工専門会社「ピュアクリート工業会」による経験豊富で確かな施工技術で、最適な塗床を仕上げています。床材の製造から塗りまでを一貫して行うメーカーだからこそ、現場の生の声を数多く聞いて真摯に受け止め、これを次の商品研究開発の糧としています。今後も、塗り床でできること、塗り床でしかできないことを追い続けていきます。



施工した排水溝

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

「一級惣菜管理士」にチャレンジ

問：毒性試験に関する記述のうち、正しいものを一つ選びなさい。

1. 発がん性試験は、良性腫瘍と悪性腫瘍両方を対象として評価を行う。
2. 発がん性試験が陽性であれば、ADIの設定はできない。
3. 発がん性試験には、微生物を用いる復帰突然変異試験、哺乳類培養細胞を用いる染色体異常試験などがある。
4. 生殖毒性試験は、特に催奇形性に関する情報を得ることを目的として行われる。

【一級惣菜管理士】解答：1

解説：発がん性試験が陽性であっても、遺伝毒性試験が陰性の場合にはADIを設定できる場合がある。微生物を用いる復帰突然変異試験、哺乳類培養細胞を用いる染色体異常試験は、遺伝毒性試験として行われる内容である。生殖毒性試験は、発情や交尾、受胎、分娩、哺育等の生殖機能、離乳や新生児の生育に及ぼす影響に関する情報を得ることを目的として行われる。

を目的として行われる。

5. 出生前発生毒性試験は、発情や交尾、受胎に及ぼす影響に関する情報を得ることを目的として行われる。

「デリカアドバイザー」にチャレンジ

問：栄養成分表示の義務表示項目について、誤っているものを一つ選びなさい。

1. 熱量
2. たんぱく質
3. 炭水化物
4. ナトリウム量

る。出生前発生毒性試験は、胎児の発生・発育に対する影響のうち、特に催奇形性に関する情報を得ることを目的として行われる。

【デリカアドバイザー】解答：4

解説：ナトリウム量ではなく、「食塩相当量」を記載する。

日本惣菜協会アドバイザー

製造

売り場

品質管理

商品開発

営業

山田祥男の「惣菜のお悩みあるあるQ&A」

Vol.3

Q

商品開発に配属されましたが、何を勉強すればよいのでしょうか？



A

「惣菜管理士」は「スグレモノ」でした

以前勤めていたスーパーで、3店舗の店長を経験した後、いきなり惣菜部長の辞令をもらいました。3年間その職に就いた後、今度は品質管理部長を5年間務めたのですが、品質管理の仕事をしている中で、この順番が逆（品質管理部長の後で惣菜部長）だったら、どんなに商品開発に役立つだろうと思う場面が何度もありました。

つい最近、私と同じ境遇（惣菜パイヤーから品質管理）にいる方とお話ししたら、まったく同じことをおっしゃっていました。その方はまだ若いので再び惣菜を担当されることもあるかもしれませんが、前より良い商品開発ができるに違いないと確信します。品質管理の知識は商品開発に間違いなく役立ちます。逆に品質管理に関する知識がない中で商品開発をすると、事故の危険が増すだけでなく、おいしい商品も作れません。

調理に関する基本的知識も大切です。センスや舌の確かさだけでは良い商品を作り続けることはできません。

協会の宣伝ということではありませんが、「惣菜管理士」の資格を取ってみたいはどうでしょうか。私は日本惣菜協会のアドバイザーに就任して初めて「惣菜管理士」のテキストに目を通したのですが、びっくりするくらい内容が充実しているスグレモノでした。品質管理の知識も調理に関する知識も、関連する法律に関する知識もほぼ網羅されているので、勉強している時だけでなく、後日何か困った時に読み返してみることができます。一級までいけばさらに「日本デリアカデミー」など、さらなるスキルアップのステージも用意されています。ぜひチャレンジしてみてください。

食品工場用地、新規取得が活発化

食料関連の工場用地の取得が活発だ。経済産業省の工場立地動向調査によると、23年に食料関連業種（食料品および飲料・たばこ・飼料製造業）が新たに取得した工場立地は、件数ベースで前年比16・4%減（122件）と後退したものの、敷地面積ベースでは7・5%増加（193ha）した。件数・敷地面積ともに他の製造業種を大幅に上回る水準であり、22年以降の地価高騰の中でも旺盛な設備投資意欲を保っていることが読み取れる。

イオン、次世代PCで惣菜革新 シェフ品質と高い生産性

イオン(株)は6月6日、次世代型惣菜プロセスセンター（PC）として「クラフトデリカ船橋」（千葉県船橋市、運営イオンフードサプライ(株)）を稼働させた。供給能力は一般的なPCの3〜4倍という大規模かつ最新鋭の設備を使い、商品開発のプロセスも一新して質量ともに惣菜の革新を図る。

江崎グリコ、冷凍ミールのサブスク グリーン Spoon 社を完全子会社化

江崎グリコ(株)は6月3日、冷凍ミールの定期宅配サービス「GREEN SPOON（グリーン Spoon）」を企画・製造・販売する Green Spoon 社（Gs）の全株式を同日取得し、完全子会社化したと発表。これにより、江崎グリコが注力領域の一つと位置付ける健康・食品事業の成長を加速させる。海外展開も視野に入れる。Gs社は「GREEN SPOON」のサブスクリプションサービスを展開。サービス開始から4年間で15万人の会員を獲得している。

オルビス、完全食おにぎりをオンライン販売

化粧品企業のオルビス(株)は5月29日、食を通じた「スマートエイジング」（自分らしく自然に年齢を重ねていくこと）の実現を目指し、(株)名古屋食糧と共同開発した完全食おにぎり「COCOMO GU（ココモグ）」3品を専用オンラインストアで販売開始した。初回限定定期6食プ

ラン、選べるセット定期9食/12食/15食プランを用意。価格は税込み3317〜9331円（送料別）。種類は好きなものを選択できる。

参議院で育成就業法案が成立

外国人労働者の技能実習制度にかわり、新たな「育成就業制度」を設けることを柱とする改正出入国管理法などが、6月14日、参議院本会議で可決・成立した。これにより、改正法の施行は26〜27年、移行期間が予定されているので完全移行は30年頃になる見通しとされる。

4月家計調査、増加・横ばいは外食・調理食品

総務省の家計調査（全国・2人以上の世帯）によると、4月の1世帯当たりの食料消費支出は、物価変動の影響を除いた実質ベースで前年同月比2・7%減となった。中分類では外食（1・7%増）と調理食品（前年並み）を除く10項目が前年比減少した。

（二）ニュースダイジェストは日本食糧新聞社提供

2024年4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 (%)	名目 (%)
消費支出	313,300	0.5	3.4
食料	83,816	▲2.7	1.5
穀類	6,816	▲1.6	3.6
米	1,761	1.8	9.8
パン	2,990	▲2.1	3.0
麺類	1,655	▲3.8	0.2
他の穀類	410	▲4.3	▲3.1
魚介類	5,741	▲3.5	▲2.3
生鮮魚介	3,156	▲2.2	▲3.3
塩干魚介	1,067	▲4.0	▲1.1
魚肉練製品	666	▲3.2	▲0.6
他の魚介加工品	852	▲7.6	▲1.3
肉類	7,883	▲5.6	▲3.6
生鮮肉	6,538	▲6.1	▲4.4
加工肉	1,525	▲3.5	▲0.1
乳卵類	4,263	▲3.4	▲0.8
牛乳	1,314	▲3.9	4.6
乳製品	1,979	▲1.2	2.7
卵	970	▲5.6	▲12.9
野菜・海藻	9,317	▲7.9	1.9
生鮮野菜	6,364	▲8.9	3.4
乾物・海藻	725	▲11.5	▲0.3
大豆加工品	1,136	▲2.7	▲0.3
他の野菜・海藻加工品	1,093	▲5.4	▲2.6
果物	2,951	▲12.8	▲1.0
生鮮果物	2,657	▲13.9	▲1.4
果物加工品	293	▲0.5	2.1
油脂・調味料	3,946	▲1.7	2.0
油脂	474	11.5	2.2
調味料	3,472	▲3.6	2.0
菓子類	7,953	▲1.0	4.6
調理食品	11,970	0.0	3.5
主食的調理食品	5,220	▲0.6	1.9
他の調理食品	6,751	0.5	4.7
飲料	5,336	▲0.3	3.7
茶類	1,125	▲0.1	▲1.4
コーヒー・ココア	1,160	1.7	5.6
他の飲料	3,051	▲0.9	5.0
酒類	3,423	▲7.5	▲5.7
外食	14,217	1.7	3.8
一般外食	13,755	1.1	4.0
学校給食	463	13.3	▲1.9

注1：内訳は主要項目を掲げたため内訳を足し上げても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。

2024年4月度 業態別惣菜売上前年同月比

業態	売上		
	金額 (億円)	全店 %	既存店 %
①総合スーパー	917	91.1	99.7
②食品スーパー	1,057	103.7	102.6
③百貨店	243	100.3	99.8
④CVS	—	—	100.5
⑤外食	—	106.0	—

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

6・7月号読者アンケート&プレゼントクイズ

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. この英語が表す惣菜は何でしょうか？

[Simmered pumpkin with ground meat and starchy sauce]

Pumpkin simmered in soy sauce, mirin, and sugar, topped with ground meat and starchy sauce.

ヒントは、『惣菜和英辞典~ようこそ！これが日本のSOUZAIです~』をチェック

惣菜和英辞典

応募はこちらから➡





一般社団法人 日本惣菜協会 正会員名簿

- 北海道支部**
- 北海道
 - 有アド・ワン
 - 株九神ファームめむる
 - 株コーアファーム
 - 株彩香
 - 株ダイエツクック白老
 - 株大果
 - 株玉よし
 - だるま食品(株)
 - 株ビックルスコーポレーション札幌
 - 株弁釜
 - 北海道フード(株)
 - 株美奈味
 - ライラック・フーズ(株)
 - 株ラルズ

- 東北支部**
- 青森県
 - 株あおもりコープフーズ
 - かがや食品(株)
 - 株サンカツ
 - 株青和食品

- 岩手県
- 株青三
- 株あんしん生活
- 株兼平製麺所
- 有戸塚商店
- マーマフーズ(株)

- 宮城県
- 株海祥
- 株グリーンデリカ
- 株佐市
- 株サト一食肉サービス
- シブヤ食品(株)
- 株仙水フーズ
- 株だいたく製麺
- 株八葉水産
- (一社)みやぎ保健企画

- 秋田県
- 株秋田ごはん工場

- 山形県
- 三和漬物食品(株)
- 株松川弁当店
- 株ミールサービス

- 福島県
- 内池醸造(株)
- 株グリーンフーズよしだ
- 株商工給食
- 株デリアン・クオリティー
- 株美女来
- 株フォーシーズンファクトリー

- 関東支部**
- 茨城県
 - 有大成
 - 株カジマ
 - 株カスミ
 - 株せき
 - 株ファーストフーズつくば
 - 弥七

- 栃木県
- 遠藤食品(株)
- 株小野口商店
- 株健食
- 株マルシンフーズ

- 群馬県
- 株クリハラ
- 株田村屋
- 株ベイシア
- 株みまつ食品
- モリヨシ(株)
- 宵 八久

- 埼玉県
- アーリーフーズ(株)
- 株アイソニーフーズ
- 株アイフーズ
- 株あらき
- 株関東ダイエツクック
- 株コープデリフーズ
- 株デリモ
- 戸田フーズ(株)
- 株富岡食品
- 株ビックルスコーポレーション
- 株福島食品
- 株ベルク
- 株豊彩
- 株ホームデリカ
- マルコーフーズ(株)
- 株武蔵野
- 株ヤオコー

- 千葉県
- 株エス・デリカファクトリー
- 株神田乾物
- 株グローバルフーズ

- タイヘイ(株)
- デリシャス・クック(株)
- 虎屋産業(株)
- 日本化工食品(株)
- HIKARINIHON (株)
- フジフーズ(株)
- 万星食品(株)
- 株若しば企画サービス

- 東京都**
- 相生産業(株)
 - イニシオフーズ(株)
 - 株エムアイフードスタイル
 - 株オージーフーズ
 - 株大島園
 - 株大谷政吉商店
 - 岡常商事(株)
 - オリジン東秀(株)
 - 株柿安本店
 - 株韓国広場
 - 株給食センター富貴
 - 株銀しゃり
 - 株サンデリカ
 - 株JR東海リテイリング・プラス
 - 株JR東日本クロスステーションフーズカンパー
 - 湘南食品(株)
 - 株知床館
 - シントミフーズ(株)
 - 株隆峯
 - 株ちよだ鮫
 - 株チルディー
 - デリア食品(株)
 - 東立商事(株)
 - 株仲野水産
 - 株なとりデリカ
 - 株ニッセーデリカ
 - ビッグシェフ(株)
 - 株ファーストフーズ
 - 株富士商会
 - 株鮎忠
 - プリマハム(株)
 - 丸上食品工業(株)
 - 丸仙青果(株)
 - 株ミート・コンパニオン
 - 株ヤママ
 - 株ヤヨイサンフーズ
 - 株吉野家ホールディングス
 - 株ヨシムラ・フード・ホールディングス
 - 株よしや
 - 株ランフリー
 - わらべや日洋食品(株)

- 神奈川県**
- 株知床館
 - シントミフーズ(株)
 - 株隆峯
 - 株ちよだ鮫
 - 株チルディー
 - デリア食品(株)
 - 東立商事(株)
 - 株仲野水産
 - 株なとりデリカ
 - 株ニッセーデリカ
 - ビッグシェフ(株)
 - 株ファーストフーズ
 - 株富士商会
 - 株鮎忠
 - プリマハム(株)
 - 丸上食品工業(株)
 - 丸仙青果(株)
 - 株ミート・コンパニオン
 - 株ヤママ
 - 株ヤヨイサンフーズ
 - 株吉野家ホールディングス
 - 株ヨシムラ・フード・ホールディングス
 - 株よしや
 - 株ランフリー
 - わらべや日洋食品(株)

- 静岡県**
- カネギ東海フーズ(株)
 - 株こめやフードサービス
 - 株タカラ・エムシー
 - 株知久
 - 株天神屋
 - 株はまちゅう
 - マックスバリュ東海(株)
 - ヤマガタ食品(株)
 - 株ヤマザキ
 - 株ヤマザキフルーツ
 - 株ユニデリ
 - 株ユニフーズ
 - ヨシケイ開発(株)

- 愛知県**
- 株あじわい亭
 - 株石川屋
 - イチビキ(株)
 - 株一富士製麺所
 - 株魚初
 - 有右大臣
 - カネハツ食品(株)
 - カネ美食品(株)
 - 株後藤食品
 - 株小松屋食品
 - 株塩義
 - 株シバタ
 - 株松寿
 - 株新川食品
 - 杉本食肉産業(株)
 - 株セキヤ食品工業
 - セントラル製麺(株)
 - 株だるま
 - 中部食糧(株)
 - ドミーデリカ(株)
 - 株ファーストフーズ名古屋
 - 株フジデリカ
 - プリムイソペン(株)
 - 株まつおか
 - 株まつかわ
 - 有水上食品
 - 株ミノカン
 - 株ミノヤランチサービス
 - 株ヤマナカ
 - 株口ハスフード

- 山梨県**
- 株オギノ
 - 株シミズフレッシュデリカ
 - 株富士物産
 - 株まもかーる
- 長野県**
- 株あずみのふうず
 - 株イチハラフーズ
 - 株フレッシュベジ加工
 - 有本郷鶏肉
 - 株みずずコーポレーション

- 北陸支部**
- 新潟県
 - 有石倉製麺所
 - 株ウオロク
 - 株木村食品
 - サトウ産業(株)
 - 株佐藤食肉 本社
 - 株三幸
 - タカノ食品(株)
 - 株ハイブリイ
 - 原信ナルスオペレーションサービス(株)
 - 株ひまわり食品
 - 株マツイフーズ
 - 有みやげ食品

- 富山県
- アイディック(株)
- 株アルデジャパン
- 有こでら
- 株三和製玉

- 株竹勤
- 株つかもと
- 株ナプロス
- 麥富食品工業(株)
- 株フードシステム
- 株フクシヨク
- 北陸ミート(株)
- 株ユーキフーズ

- 石川県**
- イケウチ(株)
 - 株一膳
 - カナカン(株)
 - 株クオリティランチ
 - 株スギヨ
 - 株SENREI
 - 大生食品工業(株)
 - 株メルシーナカタ
 - 株八幡
 - 株ゆうきっちゃん

- 福井県**
- 株大津屋
 - 株カワグチ
 - フレッグ食品工業(株)

- 岐阜県**
- 株伊藤食品
 - 株鶴舞屋
 - カネハチ(有)
 - 株河合寿司
 - 中部フーズ(株)
 - 株デリカサイト
 - 株ながもり
 - 株緑洲通商

- 静岡県**
- カネギ東海フーズ(株)
 - 株こめやフードサービス
 - 株タカラ・エムシー
 - 株知久
 - 株天神屋
 - 株はまちゅう
 - マックスバリュ東海(株)
 - ヤマガタ食品(株)
 - 株ヤマザキ
 - 株ヤマザキフルーツ
 - 株ユニデリ
 - 株ユニフーズ
 - ヨシケイ開発(株)

- 愛知県**
- 株あじわい亭
 - 株石川屋
 - イチビキ(株)
 - 株一富士製麺所
 - 株魚初
 - 有右大臣
 - カネハツ食品(株)
 - カネ美食品(株)
 - 株後藤食品
 - 株小松屋食品
 - 株塩義
 - 株シバタ
 - 株松寿
 - 株新川食品
 - 杉本食肉産業(株)
 - 株セキヤ食品工業
 - セントラル製麺(株)
 - 株だるま
 - 中部食糧(株)
 - ドミーデリカ(株)
 - 株ファーストフーズ名古屋
 - 株フジデリカ
 - プリムイソペン(株)
 - 株まつおか
 - 株まつかわ
 - 有水上食品
 - 株ミノカン
 - 株ミノヤランチサービス
 - 株ヤマナカ
 - 株口ハスフード

- 三重県**
- オーケーズデリカ(株)
 - 株三水フーズ
 - 三成食品(株)
 - 株リカ食品(株)
 - 丸味食品(株)
 - ヤマダイ食品(株)

- 滋賀県**
- タナカフーズ(株)
 - 株ベジカフーズ
 - 株ベストオーネ

- 関西支部**
- 滋賀県
 - タナカフーズ(株)
 - 株ベジカフーズ
 - 株ベストオーネ
 - 京都府
 - 角井食品(株)
 - 株関西ダイエツクック

- 株煌
- 株柴常
- 株ノムラフーズ
- 株ビックルスコーポレーション関西
- 珉珉食品(株)
- わらびの里(株)

- 大阪府**
- 株アドバンス
 - 株いいなダイニング
 - エスアールジャパン(株)
 - 株MDG
 - 合同食品(株)
 - ゴールドエッグ(株)
 - 株崔さんのお店
 - 株サンエッセン
 - 株せんにち
 - 大起産業(株)
 - 株大つる
 - ダイワサミット(株)
 - 株田中食品興業所
 - ニコニコのり(株)
 - 株阪急デリカ
 - 株ほっかほっか亭総本部
 - 株松田食品工業(株)
 - 丸大食品(株)
 - 株山福
 - 株東来食品

- 兵庫県**
- 明石食品(株)
 - 株今里食品
 - 沖物産(株)
 - 株関西スーパーマーケット
 - 関東屋またの食品(株)
 - 株グランドフードホール
 - ケンミン食品(株)
 - 株合食
 - 日高食品工業(株)
 - フジッコ(株)
 - フジッコNEWデリカ(株)
 - ブンセン(株)
 - 株ロック・フィールド

- 奈良県**
- 株味の和大路
 - 大徳食品(株)
 - 株奈良コープ産業
 - 株フルックス
 - 三原食品(株)
- 和歌山県**
- 藤本食品(株)

- 中国・四国支部**
- 鳥取県
 - 株ざんれいフーズ
 - 鳥根県
 - 株出雲みらいフーズ
 - 株キヌヤ
 - 株大惣
 - 岡山県
 - 株魚宗フーズ
 - 株セントラルフーズ
 - 株つるや
 - 株仁科百貨店
 - 株ハートデリカ
 - 株藤屋
 - わかは食品(株)
 - 広島県
 - アステピア(株)
 - 株イズミ
 - 株門井商店
 - 株ダイエツクックサプライ
 - 堂本食品(株)
 - 広島アグリフードサービス(株)
 - 広島駅弁当(株) 矢野工場
 - 株フジ
 - 株藤三
 - 株フレッシュセブン
 - 株マイ・コック
 - 株山豊
 - 株ゆめデリカ

- 山口県**
- 農水フーズ(株)
 - 株丸久
 - 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)
 - 株徳冷
 - 株マルハ物産
 - 株川島
 - 株フードテック
 - 株藤井食品
 - 八幡食品(株)

- 徳島県**
- 有グリーンランド
 - 四国化工機(株)
 - 株徳冷
 - 株マルハ物産
 - 株川島
 - 株フードテック
 - 株藤井食品
 - 八幡食品(株)

- 徳島県**
- 有グリーンランド
 - 四国化工機(株)
 - 株徳冷
 - 株マルハ物産
 - 株川島
 - 株フードテック
 - 株藤井食品
 - 八幡食品(株)

- 徳島県**
- 有グリーンランド
 - 四国化工機(株)
 - 株徳冷
 - 株マルハ物産
 - 株川島
 - 株フードテック
 - 株藤井食品
 - 八幡食品(株)

- 愛媛県**
- 愛媛(株)
 - 株クック・チャム
 - 株クック・チャム四国
 - 株クック・チャム my mama
 - 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)
 - 株ビージョイ
 - 株フードサポート四国
- 九州支部**
- 福岡県
 - 株イヌイ
 - 株エル三和
 - オーケー食品工業(株)
 - 株主計物産
 - 株クックチャムプラスシー
 - 株クックチャム マイシャンス
 - 株セイブ
 - 株ダイキョープラザ
 - 株長山フーズファクトリー
 - 株博多久松
 - 株はたなか
 - 株ビエトロ
 - 株不二食
 - 明治屋産業(株)
 - 佐賀県
 - 株九州ダイエツクック
 - 長崎県
 - デリカフーズ長崎(株)
 - 熊本県
 - イケダ食品(株)
 - 株サン・ミールサプライ
 - 株ヒライ
 - 株ヒライ給食宅配サービス
 - ふくとく(株)
 - 有マツエダフーズ
 - 株めん食
 - 大分県
 - 株くらや
 - 有もり商事
 - 宮崎県
 - (農)香川ランチ
 - (社福)キャンパスの会
 - 株惣栄食品
 - 株一ツ葉フーズ
 - 株マルイチ
 - ミツイシ(株)
 - 宮崎デリカフーズ(株)
 - 鹿児島県
 - 株松栄軒
 - マルイ食品(株)
 - 沖縄県
 - アンリッシュ食品工業(株)
 - 株エスエムアイ
 - 沖食スイハン(株)
 - 株三高
 - 株積徳商事

- 福岡県**
- 株イヌイ
 - 株エル三和
 - オーケー食品工業(株)
 - 株主計物産
 - 株クックチャムプラスシー
 - 株クックチャム マイシャンス
 - 株セイブ
 - 株ダイキョープラザ
 - 株長山フーズファクトリー

- 熊本県**
- イケダ食品(株)
 - 株サン・ミールサプライ
 - 株ヒライ
 - 株ヒライ給食宅配サービス
 - ふくとく(株)
 - 有マツエダフーズ
 - 株めん食

- 大分県**
- 株くらや
 - 有もり商事

- 宮崎県**
- (農)香川ランチ
 - (社福)キャンパスの会
 - 株惣栄食品
 - 株一ツ葉フーズ
 - 株マルイチ
 - ミツイシ(株)
 - 宮崎デリカフーズ(株)

- 鹿児島県**
- 株松栄軒
 - マルイ食品(株)
- 沖縄県**
- アンリッシュ食品工業(株)
 - 株エスエムアイ
 - 沖食スイハン(株)
 - 株三高
 - 株積徳商事

- 海外**
- ニジヤマーケット、NIJIYA MARKET

正会員	380社
賛助会員	271社
協力会員	35社
合計	686社
2024.6.13現在	

協会に登録いただいている住所を元に掲載しています

発刊20年目を迎える業界唯一の統計資料

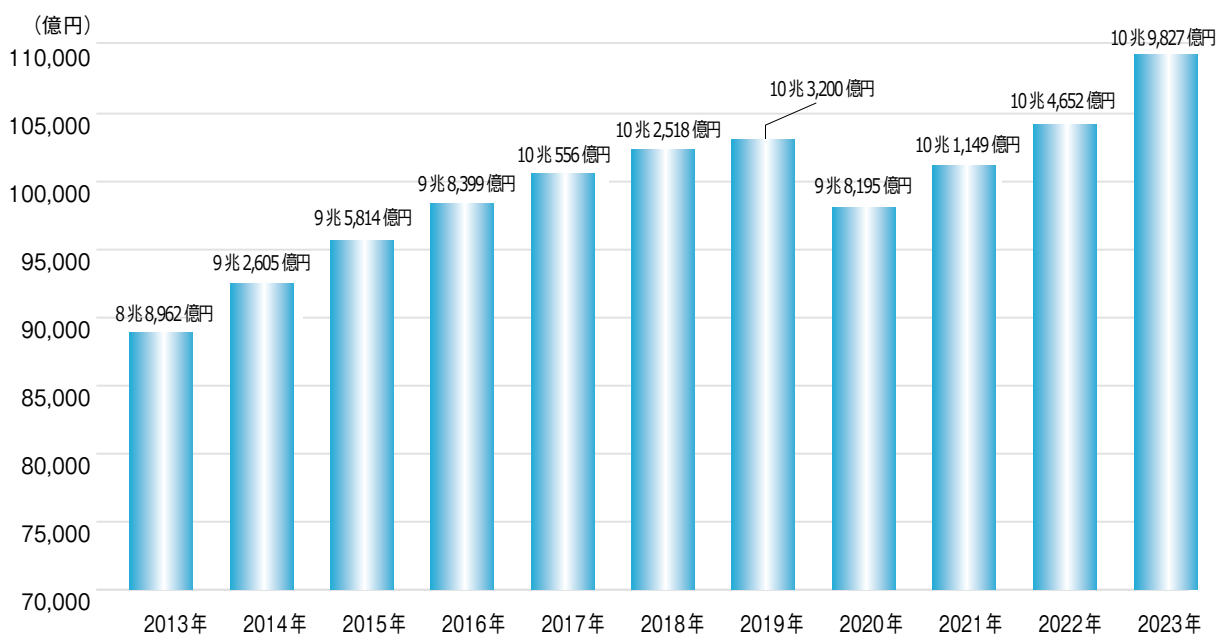
「2024年版 惣菜白書」

2024年6月1日発刊



中食・惣菜業界唯一の基礎データ集として、食品関連企業はもとより
行政・大学・研究機関・マスコミなど業界内外が注目！

2023年の惣菜市场規模は **10兆9,827億円**
2019年比で106.4%と市場は完全回復



価格

協会会員・惣菜管理士・学校関係者

6,600円 (税込・送料無料)

一般企業・一般個人

13,200円 (税込・送料無料)

会員・賛助会員企業へは各社1冊ずつ無料にてお届けしております。

惣菜白書のご購入は日本惣菜協会のホームページ

<https://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/publishing-2/>

からお申込み頂けます。

惣菜白書

検索

QRコードは
こちら！



2024年10月開講 通信教育

受講申込み6月1日～9月20日

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

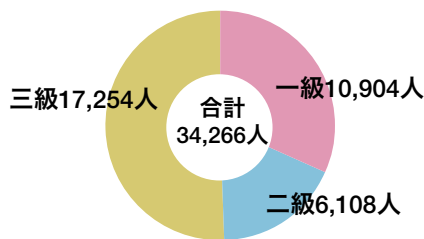
《受講の流れ》



※ 2023年より CBT 方式の試験になりました

全国で3万人以上の惣菜管理士が活躍中！

惣菜管理士取得者(最上級)



惣菜管理士カリキュラム

一級	二級	三級
食品の国際規格	食品製造の衛生管理	食品の特性と惣菜
HACCPの実践	原材料の管理	食品安全と食品衛生
基準値設定の考え方	調理と調味	食中毒
食品事故とリスク管理	加工と保存	法令と表示
労働と安全	おいしさと官能評価	栄養と成分
食と生活文化	食品表示と規格基準	ライフステージと栄養

【惣菜管理士取得企業 TOP20 社】

(2023年9月現在)

順位	会社名	取得人数	順位	会社名	取得人数
1	日本食研ホールディングス(株)	941	11	テーブルマーク(株)	317
2	(株)日本アクセス	920	12	日清オイリオグループ(株)	297
3	味の素(株)	754	13	(株)J-オイルミルズ	287
4	マルハニチロ(株)	560	14	キッコーマン食品(株)	279
5	(株)ニッポン	427	15	わらべや日洋食品(株)	263
6	プリマハム(株)	411	16	(株)Mizkan	262
7	キューピー(株)	385	17	国分グループ本社(株)	259
8	トオカツフーズ(株)	377	18	(株)創味食品	255
9	三菱食品(株)	336	19	(株)サンデリカ	243
10	三菱商事ライフサイエンス(株)	323	20	(株)ニチレイフーズ	240



一般社団法人
日本惣菜協会
教育事業運営チーム

〒102-0093 東京都千代田区平河町 1-3-13 平河町フロントビル 2F TEL: 03-6272-8515
E-mail: kensyu@nsouzai-kyoukai.or.jp
URL: <https://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/training/rmm/>

