隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2－3－30
郵便番号　530‐0054
電話　06（6361）4972(代)
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号　104‐0042
電話　03（3552）3756‐4031
名古屋市中区丸の内2・10・11
リブラ丸の内6　305号
郵便番号　460‐0002
電話　052（221）5391(代)
（支　局）広島・福岡
©　食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

「簡便」「時短」で市場活性化

マカロニは業界最速

惣菜調味料初のルウタイプ

女性の社会進出増加なども背景に、簡便・時短商品に対するニーズが高まっているが、今秋、日本製粉と江崎グリコが簡便・時短商品のラインアップを強化する。日本製粉は焼き時間を短縮し、作りやすさにもこだわったミックス粉や〝業界最速〟と銘打ったゆで時間80秒のマカロニ。江崎グリコは業界初となるルウ調味料を近畿2府4県で先行発売する。

日本製粉

80秒「超早ゆでマカロニ」

焼き時間半分のミックス粉

早く焼けてひっくり返しやすい
こんなお好み焼粉ほしかった

超早ゆで80秒
サラダマカロニ

日本製粉は家庭用グロサリーの秋冬新製品で、簡便・時短ニーズへの対応を強化する。ミックス粉では、焼き時間を短縮し、作りやすさにもこだわった「オーマイこんなお好み焼粉ほしかった」「同こんなたこ焼粉ほしかった」を発売。マカロニでは、〝業界最速〟のゆで時間80秒の「オーマイ超早ゆでサラダマカロニ」「同超早ゆでサラダカールマカロニ」を投入する。生活者の簡便・時短ニーズが高まる中で、家庭用グロサリーの活性化策として、「もっと便利に、もっと使いやすく」に照準を当てた商品開発を推進。独自の配合技術を駆使した新商品で、停滞するミックス粉、マカロニ市場の浮上を狙う。

お好み焼・たこ焼粉では、調理時の不満点に着目。「焼くのに時間がかかる」「ひっくり返しにくい」などユーザーの8割以上が調理への不満を抱えており、独自配合で火が通りやすく、焼き面もしっかりとしたお好み焼・たこ焼粉を開発した。「こんなお好み焼粉ほしかった」は、通常焼き時間約10分を、半分の5分に短縮。「こんなたこ焼粉ほしかった」は11分を8分に。時短調理で、焼き面も丈夫に仕上がり、お好み焼はひっくり返しやすく、たこ焼はくるっと返しやすい、作りやすさにもこだわった。「こんな小麦粉ほしかった」と連動した商品名称で、生活者目線の新たな機能を付加したミックス粉として提案する。スタンディング包装で内容量400g、税別希望小売価格250円。

「オーマイ超早ゆでサラダマカロニ」「同早ゆでサラダカールマカロニ」は、形状・配合を工夫し、業界最速のゆで時間80秒を実現。表面積を大きく、肉厚を薄くすることで、ゆで時間を短縮化する一方、加工でんぷんを配合し、肉薄でもマカロニならではのしっかりとした食感と経時変化に強い弾力性を再現した。各160g。

「超早ゆで」の投入に合わせ、160g容量の「早ゆでシリーズ」4品（サラダマカロニ、ペンネマカロニ、インスタントマカロニ、サラダカールマカロニ）のパッケージデザインを刷新。商品特徴とメニューがより分かりやすいデザインで、手に取りやすい小容量帯をてこ入れすることで、家庭用マカロニ市場の活性化につなげる方針だ。

江崎グリコ

惣菜調味料「ポントクック」

近畿エリアで先行発売

ポントクック
中華風うま塩ソースの素

江崎グリコは、ルウタイプの汎用固形調味料「ポントクック」シリーズ6アイテムを近畿2府4県で先行発売する。

惣菜調味料は各メーカーから商品化されているが、ルウタイプは初。惣菜調味料で主流のレトルトに比べ加熱が緩やかで、風味が損なわれていないというメリットを打ち出し、惣菜調味料市場の活性化を図る。

「ポントクック」は、手作りだと手間のかかるホワイトソースや麻婆豆腐などのソースを、1人分ずつ凝縮している。味とろみがこれ一つで手作りしたように簡単に仕上がるのが特徴。「ホワイトソースの素」「ドミグラスソースの素」「麻婆ソースの素」「中華風うま塩ソースの素」「和風あんかけの素」「和風あまから煮込みの素」の6品で希望小売価格は税別300円。

和洋中の基本のソースなので、さまざまなメニューが作れ、調理のレパートリーが広がる。一つの商品は小分けトレイでルウ8個（8人分）入っており、1人分から好きな人数分だけ作ることができる。小分けトレイには賞味期限が印字されており保存する際にも便利。

先行発売する近畿エリアでは10～12月にかけ「中華風うま塩ソースの素」をメーンにTVCMの投下を予定しているほか、インストアキャンペーンなども実施し売場を盛り上げる。

東武ストア
丸　　　紅

TOB賛同受け新たに業務提携契約を締結

東武ストアと丸紅は7月31日、業務提携契約を締結した。業務提携の内容は①丸紅による東武ストアへの役職員の紹介・派遣の継続②丸紅グループによる東武ストアへの商品・その他サービスの供給・提供の継続及び更なる提案③丸紅による東武ストアへの食品業界及びその他業界情報等の提供及び東武ストアによる丸紅への食品小売業界情報等の提供など3項目。

両社は平成15年1月、資本・業務提携を締結。丸紅は東武ストアの筆頭株主（保有比率33・42％）だったが、東武鉄道が実施する東武ストアの完全子会社化に向けた株式公開買付（以下、TOB）に賛同。同社が保有する東武ストアの全株式をTOBに応募する旨の契約を東武鉄道と締結したことから、資本・業務提携を解消し、新たに業務提携を締結し直した。

電鉄系小売業をめぐっては今年3月、セブン&アイ・ホールディングス（以下、セブン&アイ）と小田急電鉄の子会社でSM「Odakyu OX」などを展開する小田急商事が業務提携を発表した。同提携では、セブン&アイは小田急線沿線へのセブン－イレブンの出店拡大、小田急グループの沿線開発に伴うスーパーマーケット事業の強化、小田急グループは小田急電鉄の複々線化（今年3月）による将来的な沿線人口の増加などをにらみ、ターミナル駅周辺の再開発、沿線の魅力向上に向けた流通事業の強化といったように双方の利害が一致した形。

電鉄系小売業は、駅という集客施設を持っているが、少子高齢化、人口減という環境変化を受け、いかに沿線の魅力を高めるかが大きな課題。今後、商社、小売業を巻き込んだ取り組みが活発化しそうだ。

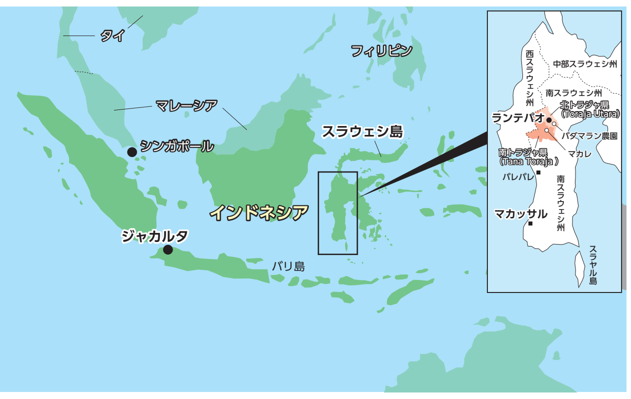
きょうの主な内容

「減産進み品薄、記録的高値に」（栃木産干瓢　5面）
「中部塩、東西結ぶ物流の要衝」（塩版　8面）

自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
カメセの青のり
青海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都江東区扇橋1-4-8
TEL 03-3631-2304代
FAX03-3631-8062

連載キーコーヒー

トアルコトラジャ最前線①



インドネシア・スラウェシ島の秘境ともいえるトラジャの山岳地帯で栽培される「トアルコ　トラジャ」は、キーコーヒーが直営農園を持ち、現在も栽培から製造・販売までを一貫して手掛ける希少コーヒー豆。530haという規模の農園で、栽培から手掛けているという点で日本市場では他に類例がなく、同社社員の精神的支柱にもなっている。

秘境と港町　2人の社員が奮闘

〝継続〟〝地元民の協力〟が長続きの秘訣

発売40周年を迎えた「トアルコ　トラジャ」家庭用商品の一部

日本で今年発売40周年の節目を迎えた「トアルコ　トラジャ」を原料調達面で下支えしているのは異国の地に赴任し地元民とともに汗を流してきた歴代の社員たち。

キーコーヒーの現地法人トアルコ・ジャヤ社には、常時2人の社員が派遣され、一人は山あいのトラジャにあるランテパオ事務所で生産現場を指揮し、もう一人は港町で島内最大都市のマカッサルの事務所でマネジメント全般を担当している。

ともにスラウェシ島内にあるが、秘境と港町の道のりは長く、車で約8時間かけて行き来し定期的にコミュニケーションを深めている。取材で訪れた7月は、双方で前任から後任への引き継ぎ期間にあった。

トアルコ・ジャヤ社の河合啓輔前社長は「近隣農家の協力がない限りこのビジネスモデルは成り立たない。苗の無償提供や農家への栽培講習会を行っているのも収量をアップさせて農民とわれわれの両方がウィンウィンになるためで、これらの取り組みを継続していることが長続きの秘訣」と語る。

トアルコ・ジャヤ社の河合前社長㊧と石井社長

バトンを渡された石井亮社長もパートナー・従業員との関係を継続強化していく考えで、「初めて代表職に就いて思うことは企業を存続させて雇用を守ること。従業員に一生懸命働いてもらい、その対価を払うことが一番大事」と述べる。

事業の継続・発展への布石も打たれた。生産現場を指揮する吉原聡生産担当取締役は直営のパダマラン農園で豆を収穫する日雇い従業員に対し歩合制を導入。今年1月には、北トラジャ県と覚書を交わし、苗の無償提供を従前の10倍規模に拡大することが決まった。

これを契機に吉原取締役は「トラジャコーヒーの発展につながり当社にとってもチャンス。継続して世界的にもっと評価されるコーヒーとして守っていきたい。今年は次のステップに向けた新たなチャレンジの年」と展望する。

生産指揮する吉原生産担当取締役㊧と藤井ファクトリーアドバイザー

P.T. TOARCO JAYA
PEDAMARAN
COFFEE PLANTATI

後継の藤井宏和ファクトリーアドバイザーは従業員の確保を意識。「社会構造が変化し担い手が減ってきているのは日本と同じ。ただしインドネシアではコーヒーがブームになっているので、今までの継続にはなるが、作り手が誇りを持てるように整えていきたい」と意欲をのぞかせる。

インドネシアは04年にスターバックコーヒーがジャカルタに1号店を出店して以来、コーヒーブームの真っただ中にあり飲み方も多様化している。これに伴い国・地方政府もトラジャコーヒーに注目し始め、前述の覚書の締結につながったと推測される。（つづく）

逆光線

先日、ある惣菜企業の季節商品の社内プレゼンに参加させていただいた。冬に発売予定の試作品が15品出され、どれもおいしそうな商品ばかり。社長以下、各部署の責任者などが試食し、味や盛りつけ方、使用食材、調理法、価格について様々な意見が交わされた▼中でも価格設定や作業性、経時変化についてなど現場からの意見は奥が深く、おいしければ売れるわけではないことがよく分かった。このうち、一部改良を加え、実際に販売されるのは約半分とのこと。なかなかシビアである▼昨年、惣菜市場が10兆円を超えた。その分、競合も増し、食品スーパー、デパ地下、CVS、外食店、宅配、DgSなど多くの業態で惣菜を扱うようになり、惣菜企業すべてが順調とは言い難い。また、惣菜を買う場は増えても、おいしい商品は少ない▼高齢者世帯、単身世帯を中心に家庭内調理が減少しているが、今年のような猛暑では食欲も減退し、惣菜の売れ行きも鈍るようだ。そんな中でも食欲を沸き立たせる惣菜があればと思う。が、見渡しても買いたくなる惣菜は少ないのが現実だ。

せかいでつかう　“グローバルロゴ”が、できたンダ。

“A”には 味（Aji）と
アミノ酸の いみがあるンダ！

せかいじゅうの
しょくぶんかを
ささえるンダ

せかいトップクラスの
アミノ酸のかいしゃ
なンダ

この“A”は
むげんだい∞に
なってるンダ！

“j”には
Join（あつまる）や
Joy（たのしむ）が
こめられてるンダ！

いりょうやスポーツにも
アミノサイエンス
なンダ

せかいじゅうの
みんなに“おいしい”を
とどけたいンダ

あじのもと
それはおいしさのもと
なンダ！

アミノ酸のけんきゅうを
100年いじょうまえから
つづけているンダ

ちきゅうきぼの
“サステナビリティ”を
かんがえているンダ！

AJINOMOTO®

すべての人に「おいしい、うれしい、いつまでも」をお約束するために、
私たち味の素グループの様々な思いを込めて、
世界共通のグローバルロゴをつくりました。

新しいグローバルロゴには、私たち味の素グループの、たくさんの思いと意志を込めました。
“味の素（Ajinomoto）”は、“味のもと（Essence of Taste）”
→“おいしさのもと（Essence of Umami）”を意味するものです。
“A”には、無限大∞を組み合わせることで、“味（Aji）”を追究し、極め、広めていく意志と、
“アミノ酸（Amino acid）”の価値を先端バイオ・ファイン技術で進化、発展させる意志、
さらに地球の持続性を促進する意志を込めました。
“A”から“j”にかけての流れるラインは人の姿を表し、味とアミノ酸の“A”に人々が集まり（Join）、
料理や食事、快適な生活を楽しむ（Joy）ようにという思いを込めています。
そして、“j”の下から右上に伸びているラインは、味の素グループが未来に向けて成長、
発展していくことを表しています。このグローバルロゴとともに、
これからの味の素グループの活動に、ご期待ください。

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO