6/3【火】
2025年（令和7年）第2487号
毎週火曜日発行

冷食タイムス
The Frozen Food Times

発行所　水産タイムズ社
（昭和45年7月9日第三種郵便物認可）
東京都港区芝5-9-6
電話（03）3456-1411（代表）
FAX（03）3456-1416
https://www.suisantimes.co.jp
年間購読料46,200円（税別42,000円）

パン粉のことなら
共栄フード
東京都中央区日本橋浜町2-1-1
田辺浜町ビル9階
ホームページ　https://www.kyoeifood.co.jp
E-Mail　hoa@kyoeifood.co.jp

日本アクセス　利益改善等を「着実に実行」
食品卸1位堅持

日本アクセスの前3月期連結決算は売上高、利益とも食品卸1位の座を4年連続で堅持した。連結売上高3・5%増2兆418億2200万円、営業利益9・2%増330億7800万円、経常利益7・0%増341億6千万円、純利益12・9%増211億2200万円と増収増益。服部真也社長は5月9日に開いた会見で一部中計の3カ年で売上高2985億円増、売上総利益346億円増、経常利益103億円増、純利益85億円増と伸長した。フルライン化や物流ビジネスの拡大、利益改善、物流効率化の取り組みを着実に実行した」と総括した。

服部社長

利益率）0・1㌽増28・5（3PL等1566億円、9%。連結売上高に全国通過調達物流等351億円）。業態別の前期売上高（物流収入等を含む）と伸長率はリージョナルチェーン4・4%増8873億円、CVS0・6%増5526億3・3%増1兆7780億円、ナショナルチェーン3・3%増3823億円、外食・デリカメーカー4・1%増3493億円、ドラッグストア5・7%増1891億円、卸売業7・1%増557億円、その他10・4%増324億円。

直販比率は96・4%。

冷凍5・7%増5405億円

前期のプロスペンの売上高は5・7%増5405億円。そのうち業務用が4・3%増1681億円、市販用冷凍食品6・7%増1683億円で、ドライ、チルドの伸長率を上回った。ドライ3・3%増933億円、チルド2・9%増713億円、物流収入、その他事業1・3%増209億円。

3カ年で180億円増収図る

第9次中計期間の3カ年で売上高1800億円増、純利益13億円増、投資額600億円。物流拠点やシステムなど、将来に向けた投資を積極的に行う計画。

物流投資額2倍　強の340億円

第9次中計3カ年累計の物流投資額340億円（第8次中計141億円）と2倍強に投資額を増やして「全国エリアで中長期目線で拠点整備計画を実行する。全体最適の物流拠点を確立し、物流課題の解決に取り組む」（服部社長）。

11月に埼玉県温物流センター（仮称、27年2月に相模原プロムス物流センター（同）を稼働予定。エリア別の市場動向や入口増減、得意先戦略に基づく最適な拠点整備を推進する。

省人化、省力化のためのマテハンを導入しロジスティクスの効率化を図る。

脱炭素社会の実現に取り組む。

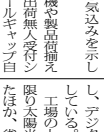
安全・安心の取り組みの徹底やBCP対応として地震、液状化、高潮等への対策を実施し、サステナブルな場を実現する。

水島港は国土交通省が貨物拠点港に指定した「国際拠点港湾」で、水島エリアは同港の主要ザイロンの一大製造拠点。大型船が接岸できることで使用電力の100%を実質再可能エネルギー化する。これにより水島コンビナートの脱炭素化を図る。

近い将来は無人化も予定し、デジタルツイインをめざす。

工場の一部などにできる限り太陽パネルを設置したほか、省エネ設備も導入することで使用電力の100%を実質再可能エネルギー化する。これにより水島コンビナートのカーボンニュートラル工場として達できる高速道路も近く、ユーザーへの小麦粉供給も可能に。

日清製粉
水島工場が本格稼働
最新設備で業務用小麦粉生産


山田社長

日清製粉は岡山県倉敷市の臨海部に建設した業務用小麦粉の新工場「水島工場」が、この日ほぼ本格稼働させて、「5月26日開いた記者会見で意気込みを示した。

無人搬送機や製品荷揃えロボット、出荷無人受付システム、ロールキャップ自動調整システム、IoTセンサー及蓄積・分析システム、AI画像検査システム、生産計画策定最適化・自動化システムなどを導入した。

業務用を1つに組織集約③メーカーの課題解決に向けてメーカーソリューション課を新設④最適物流の構築に向けた商品統物流部の強化⑤生鮮事業拡大、ニ

力と連携した営業推進に向けた組織変更⑥会社横断とする営業戦略組織設置を示イントに挙げた。

今年度の連結定量計画は売上高2兆4700億円、経常利益率1・32%、純利益22億円、投資額188億円、ROA3・9%、ROE4・2%。

コロワイド
給食の構成比20%めざす
業容拡大へ事業会社再編

コロワイドは病院・介護施設を中心とした給食事業の売上高構成比を前3月期までに20%に引き上げる目標を立てており、海外の事業を見込んでいる。業容拡大に向けて昨年9月に買収した、関東圏で給食業務を請け負う㈱ニフス（横浜市）を中心に今期再編した。

昨年4月、日本オセアニアとして取引先と社会課題の解決につながる営業軸・ロジ軸ソリューションを提案する。得意先、メーカーとも協業し、共に成長した30日都内で開催。取引先メーカーのトップら約500名に服部社長が業績と経営方針、剛之上明生執行役員商品統括・マーケティング管掌がマーケティング&リューションについて説明した。服部社長は「当社はソリューションプロバイダ

ーとして取引先と社会課題の解決につながる営業軸・ロジ軸ソリューションを提案する。得意先、メーカーと協業し、共に成長した。これもひとえに取引先の支援のお陰と感謝した。

剛之上執行役員は「小売名に服部社長が業績と経営方針、剛之上明生執行役員商品統括・マーケティング管掌がマーケティング&リューションについて説明した。服部社長は「当社は2016年度以降、前年度までに売上高が4333億円増え、食品卸№1となった。経常利益は138億円増、純利益は120億円増と過去最高益を更新した。これもひとえに取引先の支援のお陰と感謝した。

懇親会では伊藤忠商事の宮本秀一執行役員食料カンパニープレジデントが開宴挨拶。味の素の中村茂雄社長の音頭で乾杯。雪印メグミルクの佐藤雅俊社長が中締めを務めた。

500名に経営方針などを説明

日本アクセスは2025年度経営方針説明会を5月30日都内で開催。取引先メーカーのトップら約500名に服部社長が業績と経営方針、剛之上明生執行役員商品統括・マーケティング管掌がマーケティング&リューションについて説明した。服部社長は「当社は2016年度以降、前年

マルハニチロとセンコー包括提携
非物流領域でも共創めざす

マルハニチロは総合物流大手のセンコーグループホールディングスと5月26日付で包括的業務提携契約を締結した。

センコーが保有する輸配送機能の共有や両社の物流拠点の相互活用、物流ノウハウの相互提供に加え、セ

ンコーが保有する人材派遣機能や人材教育システムの共有を図る。海外事業についても共同で戦略を推進する。

業務提携は物流分野にとどまらない。センコーが展開する学童保育や介護、フィットネスなどのライフサ

ポート事業と協業し、新商品や新サービスの開発をめざす。

両社は経営資源を有機的に連携させることで、物流機能の強化と非物流分野における共創に取り組み、企業価値向上につなげる。

トップインタビュー
日本の冷凍食品をグローバルに
クオリティは飛躍的に進化

味の素冷凍食品㈱
取締役常務執行役員
マーケティング本部長
杉田　博司　氏
（すぎた・ひろし）1998年味の素入社。ベトナム味の素社などを経て23年味の素冷凍食品執行役員、24年マーケティング本部（事業部門管掌）、今年4月から現職。1974年8月12日生まれ、50歳。神奈川県出身。慶應大学法学部卒。

日本の冷凍食品のクオリティは飛躍的に進化しているが、グローバルの価格と比べてリスナブル。価値に見合った価格で世界に広めたいと考えている。

――味の素ではどのような仕事を。

杉田　大阪で家庭用の営業を6年。その後、本社でクノールスープやマヨネーズなどのマーケティングを6年。2010年にベトナム味の素社に赴任し、マーケティングと営業を担当しました。入社した時から海外勤務を希望していたので、12年を経て念願叶いました。ベトナムの63省、日本で言う47都道府県すべてを回る機会に恵まれ、道路の舗装がされていないような地域でも、「味の素」が各家庭に行き渡っていることを目の当たりにしました。日本の企業が異国の食文化を変えていると実感できたのが印象に残っています。

――2023年7月、味の素冷凍食品に。印象は？

杉田　「味の素」や「ほんだし」の調味料と違い、レギュラーサラダや炒飯がおいしいと生活者から商品の評価がダイレクトに届くため、やりがいを感じます。また、競合が激しく、動きもダイナミック。生産工場は調理の工程から見ることができて楽しいです。

――社風には通いは？

杉田　海外も含めて味の素グループはその事業会社も一まとめで一生懸命で、お客様視点で製品開発し、「笑顔」のために届ける姿勢は変わりありません。

――外部から見ていて気付いたことは。

杉田　日本の冷凍食品のクオリティ飛躍的に進化しています。手前味噌になりますが、当社の業務用冷凍ケーキの品質は海外のメーカーと比べても高いレベルにあると思います。しかも価格はリーズナブル。今後のグローバルへの広がりも期待できます。

――今春の新製品の動向は？

杉田　業務用ケーキ向けの焼き菓子「ケーク・オ・ショコラクランベリー」が順調。家庭用は「レンジでギョーザ」や「麻辣陳麻婆豆腐丼の具」、「餃子亭レンジでチーズハンバーグ自家製デミグラスソース」が計画通。個食化が進んでいるようです。おべんと用「PON」はまったく新しいカテゴリーとして製品を開発するため、トップイアルが課題。時間をかけて育てます。

27年度に売上高750億円
海外比率は25%に引き上げ
石光商事が中計策定

石光商事は2025～27年度の中期経営計画「SINE2027」を策定した。最終27年度（28年3月期）は売上高740億円（24年度比14・0%増）、売上総利益101億円（20・2%増）、売上総利益率13・7%（0・7ポイント増）をめざす。海外売上比率（同期）は3月期の17%（112億円）を25%（185億円）に引き上げる。

「変革と実践」をテーマに、前中計での取り組みを土台に、温室効果ガスを削減しながら企業成長や、社会的課題解決のビジネス化に注力し、持続的な成長をめざす。

連結子会社のアライドコーヒーロースター㈱が兵庫小野市に建設中の焙煎機について「M&Aだけでは、新規受注先の開拓を猛烈に進めている。受注事業所が増えて場の稼働率が上がり、価格優位性が武器にできるようになった」とコメントしている。

前3月期の外食事業の経常利益率は0・4%減、客単価2・8%増で、売上げが2・4%増加した。「生活者の財布の紐が締まると見て値上げを控えた。競合他社に比べて客単価が低くなったのは営業面」（野尻社長）。今期は4～10%の値上げを計画している。

ループの外食ブランドを活かしたメニューを開発、提供して競合他社との差別化につなげている。

給食事業に参入したのは2019年12月。受託施設数は今年4月末時点で病院、介護施設312、学校82、介護施設315、事業拠点にまで伸ばした。

野尻会社社長は給食事業について「M&Aだけでは、新規受注先の開拓を猛烈に進めている。受注事業所が増えて場の稼働率が上がり、価格優位性が武器にできるようになった」とコメントしている。

前3月期の外食事業の経常利益率は0・4%減、客単価2・8%増で、売上げが2・4%増加した。「生活者の財布の紐が締まると見て値上げを控えた。競合他社に比べて客単価が低くなったのは営業面」（野尻社長）。今期は4～10%の値上げを計画している。

車椅小野市に38億円を投じてコーヒー焙煎工場を新設年度比14・0%増、売上総利益101億円（20・2%増）、売上総利益率13・7%（0・7ポイント増）をめざす。海外売上比率（同期）は3月期の17%（112億円）を25%（185億円）に引き上げる。

「変革と実践」をテーマに、前中計での取り組みを土台に、温室効果ガスを削減しながら企業成長や、社会的課題解決のビジネス化に注力し、持続的な成長をめざす。

連結子会社のアライドコーヒーロースター㈱が兵庫小野市に建設中の焙煎機について「M&Aだけでは、新規受注先の開拓を猛烈に進めている。受注事業所が増えて場の稼働率が上がり、価格優位性が武器にできるようになった」とコメントしている。

前3月期の外食事業の経常利益率は0・4%減、客単価2・8%増で、売上げが2・4%増加した。「生活者の財布の紐が締まると見て値上げを控えた。競合他社に比べて客単価が低くなったのは営業面」（野尻社長）。今期は4～10%の値上げを計画している。

アジアもねらう

グローバル展開、海外事業開発に向けたサプライチェーンの構築を9次中計のキーに掲げ、アジアをターゲットに「伊藤忠商事グループネットワークを活用し、出口を指さえた販路を確保、小売業、メーカー、外食企業の海外進出をサポートする」（服部社長）。

日本アクセスの社員を5月1日付でタイに駐在員派遣したことも明らかにした。

目次
FOOMA特集　……2～6
☆自治倉協、自民議員に要望伝える……7
☆外食協、賞味期限のQR化を要請……8