1/27【火】
2026年（令和8年）第2518号
毎週火曜日発行

冷食タイムス
The Frozen Food Times

発行所　水産タイムス社
（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箱崎町36－2
Daiwaリバーテート12F
ホームページ　https：//www.kyoeifood.co.jp
E-Mail　hoa@kyoeifood.co.jp

レンジ調理の焼き魚追加

ニッスイ　丼ものシリーズも新設

ニッスイは家庭用冷凍食品の春の新商品に品揃えを強化している食卓向けのレンジ調理魚惣菜の第3弾として焼き魚を追加し、ワンプレートには丼ものの「まん福どん」シリーズを新設する。

魚の摂取意向は高いものの調理の手間に課題があり、手軽に食べられるチルド魚惣菜の需要が拡大していることに注目し、今春は自分では作りにくい手の込んだ料理を消費者が求めており、魚の調理方法として人気の高い焼き魚商品を開発した。

ラインナップは「今日のおかず　レンジでできるさばの塩焼き」と「同さわらの西京焼き」の2品。どちらも骨取り済みで食卓のおかずにちょうど良い個食タイプ。ニッスイ独自の「ふっくら漬け込み技術」によりと、レンジ調理でもふっくらとした食感が楽しめる。レンジ調理魚惣菜にはあじフライの中に、梅の酸味に宗田鰹節の旨みを重ねたソースと風味が活きる生鮮の大葉を組み合わせさわやかな味わいに仕上げた「あじの梅しそフライ」も新たに品揃える。

「今日のおかず　レンジでできる　さばの塩焼き」

「まん福どん」シリーズではワンプレート商品が男性を中心に販売を伸ばしていることを踏まえ、男性の利用が多くて中食米飯市場でも存在感を示しているものの冷凍食品では未開拓の丼ものを投入することで新たな需要の獲得をめざす。ラインナップは「まん福どん　おだしの香るかつ丼」の1品。釜炊きしょうゆくらと仕上げた飯に、2種類の本醸造醤油と三温糖でかつおだしの香りを引き立たせたとろっとしたたまごと、食べやすいサイズにカットした下味付きのとんかつを組み合わせた。蕎麦御膳の倉田政起シェフが味付けを監修している。ワンプレートの「まんぷくプレート」同様に宇葉県グループ工場で製造する。

「まん福どん　おだしの香るかつ丼」

米飯商品には健康志向や専門店人気を追い風に人気が再燃しているスープカレー」も新たに品揃える。米価高騰を背景に少なめ飯でも満足感が得られるスープ料理の支持拡大を図る。好みの量を器に移し、同量の水を加えてフタをかけて電子レンジ調理で楽しめる。

ほかにも食べや弁当の一品として必要なだけ使いやすい「今日のおかず　鶏だんご」や焼きそばをたっぷりの風味を引き立てるボイルか蒸すだけの簡単オペレーション。「若鶏のガーリッククリーム煮込み（シュクメルリ）」はにんにくの香りが食欲をそそる。

「まん福どん」も新たに品揃える。米価高騰を背景に少なめ飯でも満足感が得られるスープ料理の支持拡大を図る。好みの量を器に移し、同量の水を加えてフタをかけて電子レンジ調理で楽しめる。

ほかにも食べや弁当の一品として必要なだけ使いやすい「今日のおかず　鶏だんご」や焼きそばをたっぷりの風味を引き立てる。ボイルか蒸すだけの簡単オペレーション。「若鶏のガーリッククリーム煮込み（シュクメルリ）」はにんにくの香りが食欲をそそる。

パンに合わせた煮込み料理提案

今春の新商品「若鶏の鶏師風トマト煮込み（カチャトーラ）」は昨秋リニューアルした高品質焼成冷凍パン「クラフトベーカーズ石窯バゲット」に合わせた設計。ローズマリーが香るトマトソースで鶏肉をやわらかく煮込んだ。ガーリックやハーブを効かせ、パゲットに新商品を追加する。

EA AURA シリーズに新商品を追加する。

かに風味かまぼこの「SEA AURA シュレッド」を展開する。独自配合の調味液をまこわせる新製法でしっとり感とほぐれやすさを向上させた。サーモン「SEA AURA シュレッド」を立ち上げ、品質にこだわり外食店の差別化の単価UPと貢献する。

「至福のひとさじ」シリーズの新商品は「至福のひとさじ　白身魚のカツ」。旨味の強いほぼを厚みのある形状にカットして食べ応えを出し、あえて漬け込みを寸ずほき本来の味を感じる薄衣で仕上げた。皮を柔らかくまでいねいに除去する「ディープスキンレッド」により、白身きれいな身質を実現した。

「Economy（節約）」、「Easy（簡便）」、「Efficiency（効率的）」の実現で人手不足の課題を解消する「E調理」シリーズには加熱済みかつIQFで使いたい分だけ使いやすい「E調理　ひとくちチキン（自然解凍）」と「まるかじゅう」シリーズの「キウイ&アップルレモンピール入り」を追加する。「キウイ&アップルレモンピール入り」を追加する。併せて既存の「いちご」を含めた計4種類のスイーツ商品を展開する。メインターゲットの20～40代女性への試食調査で高い評価を得た柿果を基に、キウイフルーツの果肉を置いて甘さを増し、果肉をやわらかくして凍結。ひと口サイズのため、冷凍庫から取り出してすぐ食べられる。

「まるかじゅう」シリーズの新商品は「キウイ&アップルレモンピール入り」。ほのかな甘みをプラスし、レモンピールやライム果汁の香り・苦みをアクセントにした。

ほかにもおつまみに使える自然解凍商品の「自然解凍」を品揃えする。

色鮮やかでサイズの揃ったタイ産のオクラを使った「同おくらのおひたし（自然解凍）」を品揃えする。

お酒との相性も良く、20～40代の男性が家飲みのおつまみ用に購入することも期待できる。電子レンジかけ自然解凍。5本入り100g。

鶏つくね串シリーズは新商品の鶏肉の旨みと、ラインナップは5品。セブンの「国産鶏　鶏つくね串（照焼）」については、リニューアル行い、味の決め手となるタレを思い切って改良した。

丸大豆醤油に新たにまり醤油を加えた「W醤油」のタレで焼き上げた。2種類の醤油を併用することで旨みとコクがアップし、香ばしさが増した。独自の2度焼き製法はそのままにおいしさを進化させた。

焼き鳥つくね力テゴリーで売上げ1位であることをアピールし、「売上NO1」のアイキャッチでパッケージの前面に打ち出し、買い物客の関心を喚起する。6本入り12g。電子レンジかけ自然解凍。3月1日発売。

ケイエス冷凍食品

鶏つくね串に「焼肉のタレ」

ターゲットは中高生男子の部活弁当

ケイエス冷凍食品は家庭用冷凍食品の新商品として親世代の30～40代女性でリピート購入が増えるなど、新規客層の掘り起こしに成功している。

今回の新商品も購入者のすそ野を広げるのがねらい。

「国産鶏鶏つくね串焼肉のタレ味」

「焼肉のタレ味」は配荷が順調に伸び、親世代の30～40代女性でリピート購入が増えるなど、新規客層の掘り起こしに成功している。

今回の新商品も購入者のすそ野を広げるのがねらい。

自社特製の焼肉のタレはフルーツ系の原料を使用し、市販の焼肉のタレに近いフルーティな味わいに仕上げた。

生地にも肉やにんにくの風味を付けて「生地とタレを合わせた時に焼肉のタレの風味がしっかり香るように配合した」（担当者）。

「国産鶏鶏つくね串焼肉のタレ味」は「配荷が順調に伸び、親世代の30～40代女性でリピート購入が増えるなど、新規客層の掘り起こしに成功している。

今回の新商品も購入者のすそ野を広げるのがねらい。

自社特製の焼肉のタレはフルーツ系の原料を使用し、市販の焼肉のタレに近いフルーティな味わいに仕上げた。

生地にも肉やにんにくの風味を付けて「生地とタレを合わせた時に焼肉のタレの風味がしっかり香るように配合した」（担当者）。

「いい。食べ盛りの中高生男子が好む焼肉の新商品として、パッケージの前面に「ガツンと濃い！」のキャッチコピーを添えスケセに伝えている。「部活弁当」のおかずに最適な「飯が進む」一品として中高生や親世代に訴求する。

営業組織を専門特化する

大型案件は個の強さで突破

トップインタビュー

㈱デルソーレ
代表取締役社長
武長 栄治 氏
（たけなが・えいじ）米ボストン大でホスピタリティ・マネジメントを学びP2001年米ボストンでスズキ店舗運営を経験し、その後も携わり苦労も経験。09年6月入社。22年6月取締役となり製造・開発ユニットを管掌。千葉県出身。1978年4月生まれ、47歳。

大河原毅CEOが「7年間製造現場で叩き上げ実務は十分。海外経験も豊富なので海外戦略も期待している」と太鼓判を押す若き社長が1日就任した。

―社長就任の抱負から。

武長　シンプルに「実行」です。美しいスローガンより確実な納期、1枚のナンの品質、熱のこもった商品提案だと思っています。

―方針も固まった。

武長　4月からの63期は大河原CEOのビジョンの下、3つの施策を進めます。一つは営業組織の専門特化。市販用に特化した専門チームで、大型案件を動かす特販担当を作っていきます。

―正式な組織名は？

武長　1年かけて整備して次の年に営業市販本部を設置したいと考えています。今はチームが連携して市販用に取り組んでいるので、それらを統括する本店第4チームが専門化し営業市販本部になるでしょう。

―大型案件とは全国スーパーや大手外食チェーンのこと？

武長　そうです。個の強さといいますか、突破力がある個性を活かしたい。

―2つ目は？

武長　社会課題としてのモノづくりです。おいしい商品をつくるだけでなく、中食や外食の人手不足の手助けとなる商品提案をめざします。解凍するだけで食べられるフォカッチャ、冷凍のままオーブンで焼成できる本格クラストなどです。今春「スライスフォカッチャ」や「高温窯焼きクラスト」を発売します。3つめは製造基盤の強化です。安全性とキャパシティ向上に重点を置きます。次世代のデルソーレを作る基盤であり、次世代を支える攻めの経営への転換です。私にとってCEOは羅針盤。CEOの「温かく人を育てるチーム経営」で変革期を乗り越えていく決意です。

―大河原CEOは「武長社長はコミュニケーションに優れ、もっと営業向けの人物」と言う。製造経験で何を得た？

武長　「ものづくりとはいかに改善していくか」です。製法を簡素化したり、少しでもおいしくなるようにと、外食業は接客サービスである以上、究極の合理化はできません。しかし、生産は一切のムダを無くせます。そこが魅力。もっと改善をと意識すれば「気づき」があり、失敗してもまたどこかから新たな気づきが芽生えます。

―一昨年の火災の影響は？

武長　主力の「手のばしナン」は1年間休売。その間復活を望む温かい声をいただきましたが、棚を失ったのは大きな痛手です。昨年9月から販売を再開し、今は20%ほどの回復率です。

ビジネスホテルの朝食に

長時間しっとり食感で差別化

ホテルの朝食向けに提案する業務用新商品「ミルクブレッド」

テーブルマーク

テーブルマークは今期、ベーカリーを軸に業務用の事業を拡大する方針を掲げているが、ホテルの朝食向けに「ミルクブレッド」と「プリオッシュロール」を今春発売する。ホテル業界は朝食の品位向上に力を入れており、競合メーカーの参入が予想される。そこで焼成冷凍パンの主戦場であるビジネスホテルの朝食向けはしっとりした食感が長時間維持できる品質で差を つける。

「ミルクブレッド」は中種製法で生地をしっかりと熟成発酵させ、しっとりとロどけが良く、風味豊かに仕上げた。生地に北海道産牛乳を練り込んだやさしい味わい。上面に卵液を塗布して焼き上げた。

「プリオッシュロール」も中種製法で生地をしっかりと熟成発酵させ、しっとりとロどけが良く、風味豊かに仕上げた。生地に北海道産牛乳を練り込んだやさしい味わい。上面に卵液を塗布して焼き上げた。

目次

ニチレイF新商品……2～3
☆自惣協、平井会長、惣菜は成長産業…3
☆凍菜協、自治体と連携し汚染に対応…4

くちどけフローズンに「洋梨」

「いちご」は大容量パック

アヲハタ

「くちどけフローズン　洋梨」

アヲハタは凍ったままでやわらかい冷凍フルーツのフローズン「くちどけフローズン　洋梨」を追加する。食べごろの見極めが難しい洋梨は厳選した素材のみを使い、特許技術「やわらかフローズン製法」でいつでも食べごろ"を実現した。併せて既存の「いちご」に140%の大容量タイプを加え、それぞれ7月19日出荷を開始する。

洋梨は収穫後、一定期間を置いて甘さを増し、果肉をやわらかくして凍結。ひと口サイズのため、冷凍庫から取り出してすぐ食べられる。

80%入り。オープン価格。

また、自分好みにほぐしながら食べるパウチ入り冷凍フルーツ80%入り。オープン。