

プロの目を見た 2023 年 ファバックス

城取フードサービス研究所
城取 博幸

ファバックス2023

日本食糧新聞社は、惣菜デリカ・弁当・中食・外食・給食・配食業界の素材や製品、機械、容器までを一堂に展示する業務用専門展示会を開催した

「ファバックス2023(第26回)」「デザート・スイーツ&ベーカリー展(第20回)」「お米未来展(第2回)」の3展を「FABEX東京2023」として、4月12日(水)~14日(金)までの3日間、東京ビッグサイト東展示4・5・6ホールで開催された。

主催者の発表によると 12 日、13 日2日間の来場者数は 35,160 名であったという
3 日間トータルは 50,000 人を超えるであろう

詳しく多くのブースは見られなかったが、テーマを決めて見学させていただいた

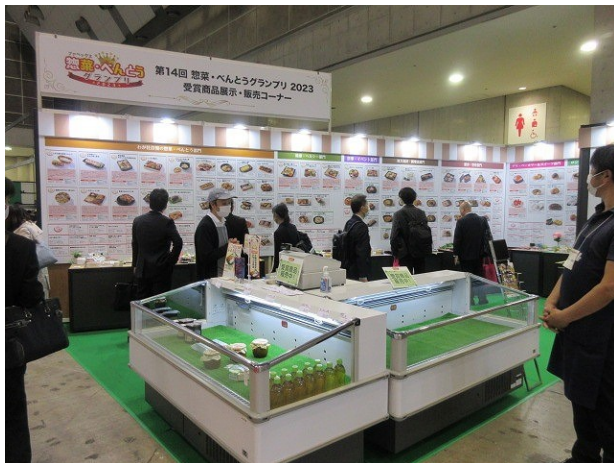


目次

- ① 惣菜・べんとうグランプリ2023
- ② 情報提供 日本惣菜協会、INNOVA MAKETING
- ③ 自社のノウハウを生かした新分野商品の開発
- ④ インベーションは問題を解決する
- ⑤ ロースト、グリルに注目
- ⑥ そばは「そば湯」を飲むが、うどんは「うどん湯」をなぜ飲まないのか
- ⑦ ドイツメッセ「アヌーガ食品展示会」が 24 年から日本進出

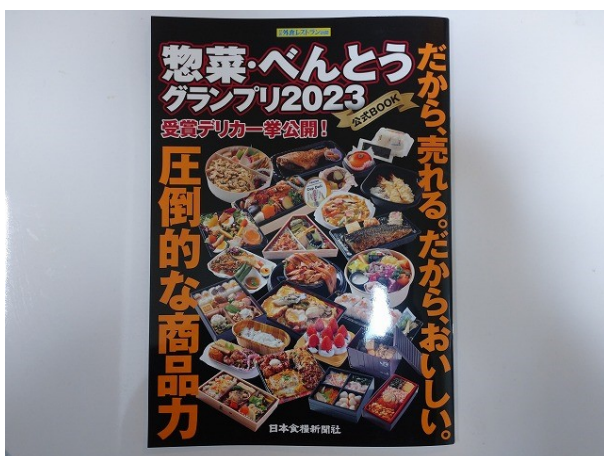
1. 惣菜・べんとうグランプリ2023

日本食糧新聞主催：日本惣菜協会・日本おべんとう振興協会・惣菜サミット・日本鉄道構内営業中央会後援



7部門から金賞23品、優秀賞57品、審査委員特別賞5品、入選59品が選定された。今回の審査対象は、1410点で、書類選考を通過した中から最終選考に144品がエントリーされ、審査委員が厳正な審査を行い、受賞商品を決定した。会場には受賞商品の展示と一部販売も行っていった。

展示されている商品を見るとレベルが年々向上して、中食と外食のボーダレ化がさらに進んできている



デリカ総合金賞を受賞した「マルト」様の記事

創業 1964 年(昭和 39 年) (株)マルト設立。前身の「安島百貨店」は、1892 年(明治 25 年創業)

福島県いわき市を中心に基盤を築き、地域密着型食品スーパーマーケットとして地元では絶大な人気を誇っている。

安島光子副会長は、よく「田舎っぼい」と言われますが、それは新鮮な地産素材を尊重している証。地元のお客様からの支持を象徴する褒め言葉だと思っています」

「惣菜は地元の新鮮素材の持ち味を生かし、調味料は極力使わないでキッチンとつくることで体によいものができる」と言う
まさに「地産地消」「身土不二」「四里四方」を地で行っている会社



2. 情報提供

「一般社団法人 日本惣菜協会」

1979年創業。「中食」の中核となる全国規模の業界団体

会員数 383社、賛助会員 241社、協力会員 31社(2023年3月1日現在)



惣菜協会の新たな取り組み

- ・中食業界で活躍中の先輩たちを動画で紹介

自身が担う役割や仕事風景の一部を紹介することで、中食業界の仕事の内容が分かる

- ・日本デリカアカデミー設立

惣菜管理士資格の地位向上や取得者のより一層の活躍を目指すことが目的

3つの活動内容「生産管理・品質管理部会」「マーケティング部会」「情報交流オンラインサロン」で設立された

惣菜業者は弱小企業が多いため、情報提供や教育に協会は大いに役立っている



INNOVA グローバルトレンド

オランダに本社を置くグローバルマーケティングの会社

「マクロトレンド」「消費者インサイト」「市場規模」「新製品開発データ」「原材料トレンド」「最新パッケージ動向」などを毎年無料で提供している



TOP TEN TREND 2023

最初はピンと来ないかも知れないが、継続してトレンドを見ていけば 3 年後、5 年後にはそれが具現化している。私も毎年発表を楽しみにしている



展示商品の一例

「Quorn Foods」 イギリス 菌類を発酵させて肉を作る

「TOFU BERGER」 スペイン 世界の豆腐バラエティ



「Quorn Foods」は、土の中で育つ自然で栄養価の高い菌類を採取し、発酵プロセスを用いて作った代替肉。ヨーロッパでは 30 年以上前からスーパーで販売され、特に菜食主義者の間で人気の高い製品

「TOFU BERGER」は、ホーレン草と豆腐のベジバーガーパテ

ホーレン草と豆腐を混ぜたハンバーガーパテ

展示商品を時間をかけて一品、一品商品と説明書きを読めば商品開発の参考になる。日本に居ながらにして世界のトレンドが分かるのはありがたい

2. 自社のノウハウを生かした新分野商品の開発

自社の主力商品の展示ではなく、自社のノウハウを生かした新分野の商品を発表。

自社の伝統食品にイノベーションを加えて新しい商品開発を行った

「伝統食品+イノベーション=未来の商品」となる

「ハナマルキ株式会社」

本社は長野県伊那市西箕輪 味噌醸造販売および加工食品の販売



「熟成 BBQ SAUCE」

ハナマルキ独自の発酵調味料「液体塩こうじ」「熟成こうじパウダー」とトマトケチャップベースの熟成 BBQ ソース



「ハーブ&スパイス 塩麴」

4 種のハーブやスパイスと塩こうじを使うことで、麴のうま味を付与し素材の良さを引き出す。味噌メーカーでありながらあえて味噌は使わず、塩こうじを使った全く新しいソース 和食に限らず幅広い料理に使えるそうだ



「株式会社 新進」

創業 1894 年 本社東京都千代田区神田司町

事業内容は漬物、調味料、小麦でん粉、小麦たん白食品、ポテト等チルド製品および各種食料品の製造販売



「国産生姜のシロップ」

国産生姜に砂糖(国内製造)、砂糖混合ぶどう糖果糖液糖、酸味料を加えた生姜シロップ。着色料・香料は使われていない。炭酸水、お酒、お湯等で4~6倍。昔から「高知日曜市の冷しあめ」があるが、希釈タイプなので飲料だけでなくケーキやクッキーなどで幅広く使える。新進は「福神漬け」のイメージが強いが自社の原料調達、製造ノウハウを生かした生姜シロップを発売した



「株式会社 丸美屋フーズ」

1979 年設立 本社埼玉坂戸市北大塚

事業内容 ふりかけ、麻婆豆腐の素、釜めしの素をはじめとする業務用加工食品の販売



「マルチシーズニング」

明太子、梅じそ、バジリコなど 8 種類の風味のシーズニングを発売。和洋中エスニックと幅広いメニューに使える。すぐに使える粉末・顆粒タイプであるため、食材に混ぜたり、まぶすだけで使える

丸美屋といえばふりかけ。「ご飯にふりかけ」だけでなく、「パスタにマルチシーズニング」と新しい使用用途を提案



4. インベーションは問題を解決する

様々な問題を解決するのがイノベーション。現場で困っていること、手間がかかる、時間がかかる、効果があまりない、ミスが多い、コストがかかるなどの問題解決に正面から取り組み改善することがイノベーションだ

「森永乳業株式会社」

創業 1917年 本社 東京都港区芝

牛乳、乳製品、アイスクリーム、飲料その他の食品等の製造、販売

営業本部 食品素材統括部 ピュアスター販売グループの提案



微酸性次亜塩素酸水(食品添加物殺菌料)を使うことで、食中毒菌、ノロウイルス対策をスマート&クリーンに実現。おいしさを保ちながら殺菌・洗浄ができる



「紙管理の場合」と「デジタル管理」の業務プロセス

デジタルに変えれば、

「実行」 記録漏れなどがなくなり、記録の信憑性が上昇

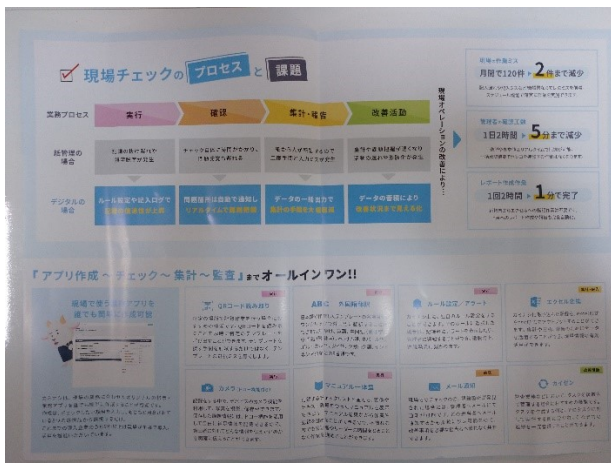
「確認」 時間がかかり問題発覚の遅れがなくなり、リアルタイムで課題把握

「集計・報告」 紙から人が転記するためのミスがなくなり、集計の手間を大幅軽減

「改善活動」 集計が課題把握の遅れがなくなり、改善状況まで見える化

デジタルにすることで、紙の節約だけでなく、実行時間が分かりごまかしが効かなくなることも特徴

こんなイノベーションが起きている



「エースシステム(ACE SYSTEM)株式会社」

創業 1988 年 本社大阪府和泉市

連続蒸気炊飯システムを発明した食品機械メーカー。炊いた米は日持ちが良く、安全性も高いだけでなく、味も追及されている



Steam Rice Machine

特徴は「加熱済蒸気加工技術」米、野菜、魚、肉などの蒸し調理が製造可能

- ・炊倍率(米の炊き増え)が 2.4~2.5 倍(釜炊飯は 2.1~2.2 倍)
- ・ランニングコストは釜炊きに比べ約二分の一
- ・無浸漬炊飯 釜で炊く場合は洗米した後、米を水に浸けるがそれが不要で、水の節約にもなる



加熱蒸気温度は125.3℃

炊飯釜での炊飯は 100℃以下、納豆菌などの芽胞菌の殺菌温度は、100℃でも死滅しない。125℃であれば菌数を減らして保存性を高めることができる



「常温で5日間保存可能」という
 生鮮食品を使った調理品も日持ちが長くなり、弁当の消費期限の延長も期待できる



5. ロースト、グリルに注目

スーパーマーケットでもコーヒーやナッツのローストができないか。アメリカのローカルスーパーではコーヒーをローストして販売していたり、ナッツ類をローストして販売している
 また、今甘味類の売上は絶好調。スーパーマーケットであれば「甘味類の4温度帯の品揃えとゾーニング」を考えたい

「萩原珈琲株式会社」

創業1928年 本社 神戸市灘区城内

事業内容 珈琲豆焙煎・卸 紅茶・その他喫茶店関連原材料ならびに各種器具販売



コーヒー豆の焙煎の比較

ニューヨークのゼイバーズは自店でコーヒーの焙煎を行い販売している

スーパーマーケットでも店内でホーヒー豆の焙煎、ナッツなどのローストを行ってはどうか
ろうか

「コーヒー豆の焙煎とナッツの焙煎を同じ機械でできないか」と尋ねたところ

「ムラができなければ可能である」との答えをいただいた



「正栄食品工業株式会社」

創業 1947 年 本社 東京都台東区秋葉原

事業内容 製菓・製パンを中心とした食品業界向けに、原料乳製品、油脂類、青果原材料類、
缶詰類、乾燥果実、ナッツ類などの輸入、仕入、販売が主要業務

米国ではクルミやプルーンの農園経営を行っている



ナッツ類は乾物を輸入して、ローストしてパック詰め販売

アメリカのローカル企業「SHOP RITE」では、乾燥ナッツを店でローストしてドライフルーツと一緒に量り売りとパック詰めして販売している。日本ではアウトパック(トレー、袋)の商品を販売しているが、自店でローストして販売すれば高利益商品、差別化商品になる



「株式会社サンテックコーポレーション」

設立 平成5年11月 本社 東京都墨田区向島

営業内容 ・食品製造機械および調理器具の設計・制作・販売 ・食品製造機械、調理機械の輸出入 ・製菓・製パン材料の製造販売 ・包装資材の販売



プレートを交換式にするだけで、同じ機械でペルジャンワッフル、各種ワッフル、クロワッサン生地、バイクドーナツなどの多種類の製造を可能にした



「スーパーマーケットのベーカリー部門にも導入が進んでいる」とのこと
独立店では相当の客数が必要だが、ベーカリーの品揃えは可能だ
「甘味類の4温度帯の品揃え」のホット部分を担うアイテムだ



6. そばは「そば湯」を飲むが、うどんは「うどん湯」をなぜ飲まないのか
当たり前のようにそば湯を飲んでいて、うどん湯は飲む習慣がない。その疑問を持つ人もいるかも知れない。「聞いてみないと分からない」のでうどんの「日清製粉様」と、そばの「九津間製粉様」に聞いてみた

「日清製粉株式会社」

設立 2001 年 7 月 本社東京都千代田区神田錦町

事業内容 業務用の小麦粉、ふすま、その他の加工品及び関連商材の製造・販売



「金斗雲(KINTOUN)」うどん専用粉

打つもの、食するものに、かつてない「うどん」体験を

従来のうどんより、色調、食感が優れているという

相次ぐ小麦粉の値上げで、価格訴求より高品質のうどん粉を提案



「なぜうどん湯は飲まないのですか？」の質問に対し

「食塩とでん粉だけなので飲む意味があまりない」と答えてくれた

確かに手打ちうどん配合例を見ると

金斗雲 100.0%、食塩 5.0%、加水 42.0%と確かに塩分濃度が高い

しかし、でん粉はどこから？

それは「打粉」にでん粉を使っている。小麦粉を使うと粘って団子になってしまうからだ

「でん粉と塩」と言うことが理解できた

それではそばはどうだろう

「九津間製粉(株)」

設立明治 36 年 会社所在地 神奈川県小田原市久野

取り扱い商品 マルセ印そば粉、小麦粉、でん粉、食用油、米、餅、砂糖、マルセ印乾麺、そば菓子他



そばは、玄そばから又キ身、打粉、更科粉、一番粉、二番粉、三番粉へと 9 種類のそば粉を製造

そばは米と違い抜き身を半分に割り、内側から粉を挽くため、中心部に近いそば粉が高級とされる。左から 3 番目がそば切りに使われている「打粉」



なぜそば湯を飲むのかが理解できた

そばに使われているそば粉は更科粉よりそばの中心に近い粉を使用している

水に溶けたそば粉は上質なものであるため、そば湯として飲まれるようになったのだ



7. ドイツメッセ「アヌーガ食品展示会」が来年日本進出

「WHERE TRADE AND TRENDS ARISE」

すごいニュースが飛び込んできた。二年に一度ドイツケルンメッセで開催される「アヌーガ食品展示会」が来年から毎年日本で開催される

私は 2017 年、2019 年、2021 年と3回連続で参加している。今年もドイツ行きを計画しているが、日本に居ながらにして世界の食品に関する情報が得られるようになる

来年の「アヌーガ・セレクト・ジャパン2024(国際食品飲料専門見本市)」は、東京ビックサイトで、4月10日(水)~12日(金)の3日間開催される

ファベック東京と同じ時期の開催だ



写真の右は、Koelnmesse Vice President 「Bastian Mingers」氏

左は、ケルンメッセ日本 代表取締役社長「高木誠」氏

リテールガイドの竹下氏のインタビューに同席させていただき何点が質問させていただいた。話が弾んで1時間を超えた

インタビューの中で「コロナ明けのドイツの消費者、小売業の変化」については「大きな変化が起きている 早くNB商品が買える時代に戻って欲しい」

これは意味深だ

まだいろいろと貴重な情報をいただいたがまたの機会にお話したいと思っています



展示会を見るポイント

「展示会は楽しい」私は国内外の食品展示会(ドイツ、パリ)は自費で欠かさず見ようとしている。自分なりにテーマを持って継続して見ることで変化が分かる

例えば、アメリカの「BEYOND MEAT」は、2017年にアヌーガ展示会で見て試食し、ニューヨークで全商品を試食した。昨年の展示会で「ビヨンドバーガーパーティの味が変わりましたね」と質問すると、「貴方はどちらが好きですか？」という返答が答えは変わっているということです

このように興味のあるメーカーの商品は継続して見て、質問することが重要です。メーカーのスタッフと友達になればかなり深いことまで教えてくれる。「来年の新品に期待しています。また来年会いましょう」と言って別れる

食品小売業、専門店、外食の方は「見て」「食べて」「聞いて」「販売」することが仕事。私の仕事は「見て」「食べて」「聞いて」「発信」すること