

# あらゆる方々の食卓へ 冷凍食品のできることを追求

## ～新「本格炒め炒飯」の挑戦～

社会環境の変化に伴い、家庭内で炊飯する機会は年々減少傾向にあり、少量でも手軽に利用できる加工米飯の人気が高まっています。鮮度やおいしさを維持したまま保存がきく冷凍米飯は、生活者のニーズに応える商品のひとつです。その魅力をより多くの方にお伝えするため、ニチレイフーズはこだわりのおいしさを追求し続けています。

り多くの生活者にその価値を伝えていくことが重要です。

ニチレイフーズは、冷凍食品のリーディングカンパニーとして、米飯を中心とした新しい価値の創造に取り組んでいます。前年の「本格焼おにぎり」に続き、2015年春、新「本格炒め炒飯」を発売しました。

2001年発売の従来品は、業界で初めてご飯と具材を本当に炒める革新性を打ち出し、トップシェアを獲得しました。今回のリニューアルでは、あらゆる素材を厳選し、特許製法の“新・本格炒め製法(三段階炒め)”など、新技術を独自に開発。冷凍食品の本格的なおいしさを徹底して追求しています。



### 広がりを見せる冷凍米飯マーケット

女性の社会進出、少子高齢化、単身世帯の増加など、大きな社会変化が進む中で、個食化に対応した冷凍食品が果たす役割は、ますます大きくなっています。特に日本食の原点であるお米を使用した冷凍米飯メニューは、便利さ、安全・安心、おいしさを提供できるという点で、中核を担う存在です。実際に従来、若年層を中心に支持を集めてきた冷凍食品も、近年では60歳代以上の市場成長率が最も伸びているというデータもあります。

その一方、冷凍食品への理解はまだまだ深まっていないのも現実です。社会変化に応える日本の未来食として、よ



研究開発部  
研究開発技術グループ  
プロフェッショナル  
森 公博

3年間の食品工場勤務を経て、研究開発部に。2012年から、新「本格炒め炒飯」のプロジェクトに開発担当として参画。商品設計、技術開発などに携わる。

### voice 品質を支える高度な技術をチーム全員の力で実現

新「本格炒め炒飯」の開発は従来品が人気商品だっただけに難しさがありました。中華料理店の炒飯を食べ比べたり、プロの作り方を研究しながら、あらゆる素材、工程を見直し、全体品質の向上を目指しました。

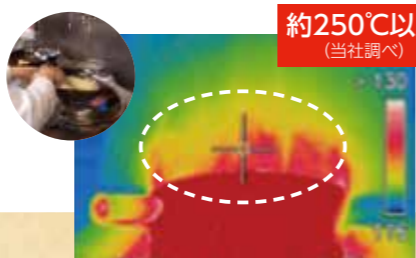
ひとつのポイントが、特許製法である“新・本格炒め製法(三段階炒め)”です。実際に炒めたおいしさで人気を博した商品ですが、その上に250度以上の高温熱風をご飯にまとうせ、強いかく拌による仕上げの炒めを追加し、プロの技を再現しました。

試作品を作っては修正を繰り返し、新しいおいしさを追求すると同時に、設備開発

にも着手。独自技術を採用しているの、機械も新たに作るしかありません。

これだけ大きなプロジェクトでは、多くの人の力が必要です。アクシデントが起こるたびに、各担当が知恵を絞って課題を克服。「今日はうまくいったね」とみんな喜び合う瞬間は最高でした。

おいしさの追求には妥協しないというみんなの思いが結集して、自信作を世に出すことができたと感じています。



中華鍋のサーモグラフィ画像

### 生産ラインを一から構築して安定した商品づくりを実現

焼豚の内製など初の試みも多く、従来とはまったく工程が違うので、生産ラインはほとんど一からの立ち上げでした。最初は自分で勉強したり、機械メーカーに聞いたり情報収集から始め、開発担当とは何度も話し合いを重ねました。

研究所の試作ではうまくいっても、安定的に量産できるとは限りません。機械が長時間稼働しても品質を保てるのか、作業効率を上げるためにはどうすればいいかなど、現場での運用を踏まえて、最適な生産ラインを構築する必要があります。

それでもテストではさまざまなトラブルが発生。生産現場の苦労がわかるだけに何度も改善を迫るのはつらいものですが、やはり目指す品質は守らなければなら

ない、その思いは、みんな同じでした。

機器の調整や人員配置の変更など修正を加えて、生産を開始したのが2015年1月。ようやく安定稼働した時はほっとしました。

もちろん何事にも100%はありませんから、今後もさらなる改善を進めていくつもりです。良いものを作りたい。日々そんな思いで、仕事に取り組んでいます。



熱風をまとうせた後、三段階目の炒め工程へ流れる生産ラインの様子



船橋工場  
製造グループ  
マネジャー  
飯田 英雄

入社以来船橋工場にて、業務用シューマイ、おにぎり、フライなど全ての生産ラインを経験。2013年から新「本格炒め炒飯」の専任となり、責任者として機器選定から生産ラインの構築までを担う。

### 一人でも多くの方にこのおいしさを知ってほしい

温度管理が必要な冷凍食品は、店舗での売場スペースが限られている分、他社との競争も厳しい。その中で、ものをいうのは商品の品質です。生活者に支持される商品は、圧倒的に強いのです。

従来品は、すでに圧倒的な支持を集める商品なので、リニューアルの話聞き、少し不安に思ったのも事実です。

ところが発売前の試食で、不安が吹き

飛びました。生活者の要望が高かったあっさりした油を使用し、良い改良ができたと思えました。取引先にも実際に試食していただきましたが、高い評価に手応えを感じました。

もちろん最終的には生活者に届けることが重要です。今は店頭での試食販売の企画を積極的に提案するほか、小売店のパートさんたちにサンプルを提供しています。現場で実際に商品を扱う方々に、ファンになってもらうためです。

これまで冷凍食品を敬遠していた方にも、実際に味わっていただきたい。品質に自信があるからこそ、まずは商品を手に取っていただけるきっかけを作ることが、営業としての使命だと考えています。



冷凍食品売り場の様子



北陸支店  
マネジャー  
佐藤 将人

入社以来、首都圏・信越エリアの営業を担当。卸、小売店に対して家庭用の冷凍食品の提案を行う。