

既存品ブラッシュアップとリニユーアル実施 品位向上へ取り組み

武蔵野フーズ

武蔵野フーズの前期パン粉事業は、全体で1〜2割減の状況。新型コロナウイルスの影響による

業務用の落ち込みで、売上げ確保は厳しい状況となっている。

巣ごもり需要で市販用の冷凍食品の伸長が高く、冷食メーカー向けの販売フォローを行ってきた。一方、販売

先の業務用の売上げ減少が課題となっている。

量販店向けの生パン粉は、アイテム構成の変更などで前年を上回った。外食店向けは営業自粛の影響を受け、厳しい状況。既存商品のブラッシュアップやリニユーアルを実施し、パン粉の品位向上

に取り組んでいく。

テークアウト、デリバリーサービスヘシフトしていく中、テークアウト需要の高いパンとのセットで提案する

ことでパン粉の新規案件の獲得に取り組んでいる。パン粉の使用方法をメニューに合わせ提案し、販売拡大を図っている。

今期はコロナ禍での食の変化、健康需要に対する取組みとして、

パン粉で不要なものを削減、必要なものを摂取できる機能性パン粉

を開発していく。低吸収、油切れの良いパン粉のほか糖質削減、減塩、食物繊維強化、タノンパク質強化、ミネラル摂取、乳酸菌摂取と

いった課題に対応していく。今後について外食、惣菜、冷食などのパン粉の需要は大きな改善は期待できないと予

想。一方で、CVSの売場の中でも復調の兆しがあるカテゴリーに向け提案を注力する。また、他カテゴリー

へのパン粉の利用方法やメニュー開発、提案を強化して、新しいパン粉の使い方を提案していく。

(三井伶子)