

いかなる市場変化にも対応

安田定明代表は、武蔵野の代表だが、日本べんとう振興協会の会長でもある。武蔵野は単体で15工場、グループ全体で22工場と国内有数の食品工場を持ち、米飯、パン、麺類などをCVSに提供する。安田代表は「ご飯・パン・冷凍麺と、コメと小麦の2大穀物を商品化していることが当社の強み。いかなる市場の変化にも柔軟に対応し、開発の武蔵野、収益力の武蔵野、技術開発の武蔵野を引き続き標榜する」と、09年の抱負を次のように語った。

り、原価中の原材料比率を見守りながら消費者に不利とならないように対応していきたい。

09年の景気は、基幹産業の自動車や電機業界の突然の大量リストラを受けてその余波が広がり、楽観できない状況となってきた。

当グループは主力のCVS向け商品のほかに、冷凍麺、健康宅配弁当、物流、レジャー・スポーツ事業と幅広いジャンルを手がけており、特に健康宅配の営業強化、CVS向け高齢者アイテムの開発、取り扱いカテゴリーの拡大に

することが目標だ。

「とかく、製造業は3Kきつい、厳しい、帰れない」と言われるが、それぞれの部門を深掘りして知恵と技術を磨けば思わぬ相乗効果も出てくるはずだ。

見られるが、これは技術系の資格としてはかなり早いペースであるといえる。人材育成として定期的なこの制度を活用する企業も増加している。

通信教育の中の「微生物学概論」はISO22000「基礎微生物学研修コース」に活用されるなど、公的な資格制度とも一部リンクしており、食品業界の人材育成に寄与したい。

08年度のCVS業界は日本フランチャイズチェーン協会の直近10月までの発表を見るとタスポ効果、前年比客数7ヵ月、客単価3ヵ月、売上げ6ヵ月の連続伸長と好調に推移している。

当グループの4月から直近11月までの売上高も米飯関係は2〜2.5%増、パンは15〜20%増と好調で、利益面もまずまずだ。麺関連では5月に調理工場を27億円投じて増設した。

通年を通して水温(夏期15度C、冬期20度C)・湿度(70%)を自動管理できるシステムや麺の厚みを自動調整するなど品質安定化のための新技術を導入し、日産17万食できる。

昨年の原料・資材は、原油の急騰・急落に端を発して小麦が一時05年の4倍まで急騰した後急落、練り製品はタイで在庫が3万トになったことから、価格が3分の1まで低落するなど予断を許さない

場面が多々あった。

その中で、食材全体の価格バランスをとることで商品への価格転嫁を妥当な範囲で行ってきた。原料価格は現在がピークと考えてお

武蔵野

安田 定明 代表



わんぱいと 日本べんとう振興協会会員は受注生産、工場調理型大量生産方式、24時間・365日稼働で、CVSと共同もしくは提案型で商品開発を行う。CVS利用者は50歳以上比率が10年前より8割高い21%と高齢化が進みつつある。「手作り感」「高齢者対応」など時代の要請に応える商品開発力が業界の成長戦略と取り組む。

しかし、全産業の中では比較的「食」関連は底堅く、相対的に外食に比べても中食は影響が小さい。個別企業の競争力が問われる年だと思つた。

若者に希望と夢を与えられる「おもしろい会社」にしたいと常々考えており、いい人材が集まるように業界の中でも高い平均賃金を注ぐ。

09年度は業界として何にどう取り組むのかというと、業界団体の日本べんとう振興協会では業界育成の柱としてわが国唯一の検査技術の認定制度「食品微生物検査技士制度」に取り組んでいる。

食品微生物検査技士制度は過去3年間で987人が受講しており、非会員からの応募も多い。09年度は1000人の大台に乗ると

環境対策、食料自給力向上に向けた取り組み、外国人の「海外研修生」など、社会的にも公益的にも重要な課題に引き続き取り組んでいく。

協会の制度活用し人材育成

(文責・福島厚子)