FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2021年06月21日
NO.FNJ2021 ー試読版
Provided By Food Navigation Japan

# テクニカン
# 話題の液体急速凍結機「凍眠」
## ～にぎり寿司もそのまま冷凍、高い再現性～

▲-30℃の液体（アルコール）で商品を急速凍結することで、冷気式冷凍機よりも早く熱交換が行われ、その商品の美味しさを維持したまま冷凍。
◀液体急速凍結機「凍眠ミニ」

近年、冷凍技術が飛躍的に進歩し、急速冷凍により風味や食感をほぼそのままに凍結できる技術も開発されている。以前は“冷凍もの＝低品質”というイメージもあったが、現在は、知らぬ間に食べているものの多くが、またはその工程において冷凍技術を駆使している商品が多いのが現状である。クリスマスケーキを例にとると、大手クリスマスケーキ製造メーカーでは、クリスマス前までに製造･冷凍し、クリスマスに解凍して提供している。また、そのようにしないと製造が追いつかないという現状もある。レストランチェーンで提供されているケーキなどの多くも冷凍商品である。さらに、スーパーで提供されるにぎり寿司の寿司ネタにおいても、スライス・冷凍したものを解凍し使用しているものも多くある。

今回、今注目の液体凍結装置「凍眠」を開発・販売する株式会社テクニカン 広報課兼海外事業課の津田谷英樹さんに、「凍眠」の魅力について聞いた。

■“冷凍より生”には理由があった

“産地で食べる獲れたての生の刺身は美味しい”。しかし、生鮮魚などが市場や小売店などを経て、消費者の口に入るまでには、2日間以上かかるものも少なくありません。もちろん徹底した温度管理はされていますが、産地で食べる獲れたての生の刺身と比べるとどうでしょうか。それでも“冷凍より生が一番”と言われてきたのには理由があります。それは、従来の冷凍技術で時間を掛けて冷凍した場合、細胞内の水分が凍結する際に膨張し、細胞自体を破壊してしまします。そして、解凍した際に破壊された細胞から旨みや栄養分がドリップとして流れ出してしまい､風味や食感が損なわれてしまうからです。

■細胞を破壊しない冷凍方法

“冷凍に時間を掛けるから細胞が破壊される→細胞が破壊されるからドリップが出る”。ここが課題と言えます。この課題を解決したのが、当社の液体急速凍結機「凍眠」です。「凍眠」ではマイナス30℃のアルコールに商品を漬けて凍らせます。液体であるアルコールに漬けることにより、冷気で凍らせるよりも早く熱交換が行われ、急速に凍らせ…



※続きは正規版にお申し込み下さい。
㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・譲渡・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。 Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

## "鮮度感"のある情報を・・・

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、㈱ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン＆アイ HLD. 取締役）は震災後１年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■ 3.11 以降の変化

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、１円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造していも好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について

セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に"コア"商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■ SM にとっての PB

我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデイリーや加食、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に"コア"商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、１円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

**■『Food Navigation』とは・・・**

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

**■年間サービス利用料金**

**年間**サービス利用料：**９０，９００円＋税**（税込 99,990 円） ※こちらは小売業様価格となります。

**■ご利用にあたって**

**※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。**

**※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用／ Cookie 使用）となっております。**

**※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。**

## ≪ 入 会 申 込 書 ≫

**株式会社フードナビゲーションジャパン　　担当 ： 小池 宛**

**FAX. ０４８－４２４－５５４７**

**TEL. ０４８－４２４－５５４６**
**携帯：０９０－２５４５－４７２４**
**E-mail：info@foodnavigation.com**

申込日：　　年　　月　　日（　　年　　月より利用開始）

☑『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。**※左空欄にチェックを入れて下さい。**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 配信先担当者 | 企業名 | | 連絡先 | TEL： |
| | | | | FAX： |
| | 住所<br>部署<br>役職<br>氏名 | 〒 | 情報配信先 | E-mail： |
| 請求先 | 請求書送付先<br>担当者 部署・役職・氏名 | | 連絡先 | TEL： |
| | | | | FAX： |