

ニチモウフーズが冷凍寿司

なノドグロどネタこだわり独自色



冷凍かに寿司（盛り付け例）

大手水産会社のニチモウ（東京都品川区、松本和明社長）グループで水産物販売などを手がけるニチモウフーズ（中央区、

山本信之社長）は今年の秋冬商戦に向け、新たに冷凍寿司の販売に着手する。ニチモウグループが手がける鮮度・品質にこだわった各種寿司ネタを使い、パートナー企業が冷凍の押し寿司やにぎり寿司などに仕上げる計画だ。

ニチモウフーズは「魚屋が作った冷凍寿司」と銘打ち、独自色を強く打ち出して通販やギフト需要掘り起こしを目指

す。同社は例えば、自社の強みである国産ノドグロや宮城県産養殖ギンザケを寿司ネタに使うなどオリジナリティーを追求して差別化を図る方針だ。同社が強化する一般消費者向け（BtoC）事業の一環でもあるという。

新型コロナ禍を受け、国内の宅配用冷凍弁当などの販売は伸長しているとされる。消費者の外食機会減少によって各種こだわり食品の通販やお取り寄せの利用も増加傾向にあるとされ、同社はこれら消費トレンドを背景に、ネタにこだわった冷凍寿司の引き合いは通販市場などを中心に強まると判断。パートナー企業と連携して冷凍寿司の製造・販売に乗り出す。

