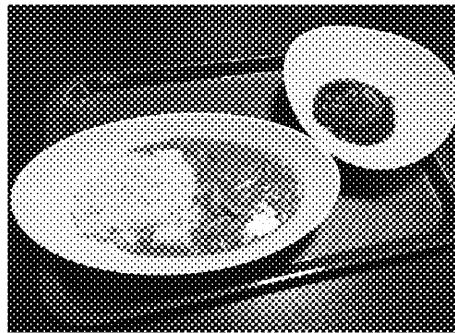


都給食、Bツ-C参入

レトルト食品を製販

都給食（京都府城陽市、西島週三社長）はレトルト食品の製造販売を始める。社員食堂を委託運営する同社は少子化による社食の需要減少を見越し、調理技術を生かしたBツ-C（消費者）事業に乗り出す。京都産の食材を使ったカレーなどを電子商取引（E.C）で今夏から発売する。4年以内に約1億8000万円売り上げを目指す。



都給食が手がけるレトルトのカレーとハンバーグ

カレー社食の調理技術活用など

当初はカレー3種類とハンバーグ2種類をレトルトで販売する。九条ねぎや京都産の豚肉を使って付加価値を高め、1食400円以上の高価格帯で売り込

む。将来は煮魚やチキンステーキなどラインアップを拡充する。都給食は50食以下の中小企業向け社食を得意とする。西島社長は「手作りにこだわって

きたノウハウを活用できる」と強調。消費者向けのほか、飲食店の出張販売における需要も見込む。同社は従来より食品ロス課題としてお

り、カレーの場合は1カ月に1万食を生産するうちの約4000食が廃棄されていた。

高温高圧による殺菌で消費期限を延ばすため、事業再構築補助金を活用した。約1200万円を投資し、20

22年にレトルトの製造機や真空包装機などを導入した。

コロナ禍で外食や旅行が制限されたことで、高価格帯のレトルトカレーは注目されているという。

富士経済は、レトルトカレーの国内市場を23年に22年比2%増の985億円と予測している。